

INFORMACIJA ZA STUDENTE I PLAN RADA

Naziv predmeta: MARKETING ISTRAŽIVANJE U TURIZMU				
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova
	Obavezan	I	10	4P

Studijski programi za koje se organizuje: Doktorske studije

Ciljevi izučavanja predmeta: Da studenti ovladaju integralno znanjima o procesu marketing istraživanja u turizmu i da steknu vještine o provođenju marketing istraživanja primjenom različitih metoda u analizi podataka i problema.

Ime i prezime nastavnika i saradnika: Prof. dr Boban Melović, redovni profesor

Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja - mentorski rad, studije slučaja (case study), eseji, praktični rad, debate, diskusije, konsultacije.

PLAN RADA

Nedjelja i datum Naziv metodskih jedinica za predavanja(P), vježbe (V) i ostale nastavne sadržaje (O); Planirani oblik provjere znanja (Pz)

Pripremna nedjelja		Upoznavanje, priprema i upis semestra.
I nedjelja	P/V	Ključne postavke i principi marketinga
II	P/V	Savremene promjene u marketingu
III	P/V	Tržišne kategorije i marketing – korelacija sa marketing istraživanjem u turizmu
IV	P/V	Istraživanje marketing okoline (okruženja) – relevantnost za turizam
V	P/V	Marketing informacijski sistem (MIS); Odnos MIS-a i marketing istraživanja u turizmu
VI	P/V	Uloga marketing istraživanja u procesu odlučivanja u turizmu
VII	P/V	Poslovno odlučivanje i marketing istraživanje u turizmu
VIII	P/V	Ključne postavke marketing istraživanja u turizmu
IX	P/V	Proces marketing istraživanja u turizmu
X	P/V	Analiza faza procesa istraživanja
XI	P/V	Eksploratorno istraživanje
XII	P/V	Problem prikupljanja podataka u marketing istraživanju
XIII	P/V	Metode prikupljanja podataka; Analiza podataka i predlog za odluku
XIV	P/V	Marketing istraživanja instrumenata marketing mix-a
XV	P/V	Specifičnosti međunarodnog marketing istraživanja u turizmu
XVI	PZ	Završni ispit

Obaveze studenta u toku nastave: Studenti su u obavezi da redovno učestvuju u planiranim aktivnostima i ispunjavaju predviđene obaveze.

Konsultacije: U terminima dostupnim na sajtu fakulteta, kao i posle predavanja.

Literatura:

Marušić, M, Prebežac, D., Mikulić J., Istraživanje turističkih tržišta, Ekonomski fakultet Zagreb, 2019.

Šerić, N., Jurišić M., Istraživanje tržišta za turističke subjekte, Split, Hrvatska, 2014.

Senić, R., Senić, V., Marketing menadžment u turizmu, Univerzitet u Kragujevcu, 2016.

Čerović, S., Istraživanje turističkog tržišta, Univerzitet u Novom Sadu, 2014.

Mihailović, B. Marketing u turizmu, CPI, Podgorica, 2013.

Aaker, D. et al., Marketinško istraživanje (prevod), Ekonomski fakultet Beograd, 2018.

Struktura ocjene formira se na bazi sljedećih elemenata:

1. **Predispitne aktivnosti** (30 poena)
2. **Završni ispit – empirijsko istraživanje** (70 poena)

Ukupno 100 poena

Predispitne aktivnosti podrazumijevaju obradu jedne od ključnih tema iz preporučene literature, shodno planu rada i uputstvu koje će studentima dati predmetni profesor. Ova aktivnost, pored obrade teorijskog aspekta neke od aktuelnih oblasti marketinga u turizmu, treba da uključi i praktični dio, odnosno primjer (nije potreban pisani dio rada, već student priprema prezentaciju i izlaže rad na odobrenu temu).

Empirijsko istraživanje podrazumijeva izradu istraživačkog rada, na bazi uzorka i primjene adekvatnih metoda za obradu rezultata. Studenti, dakle, pripremaju istraživački rad, na način što sprovode empirijsko istraživanje iz oblasti koje su relevantne za marketing istraživanje u turizmu (rad se radi samostalno). Temu za istraživački rad student definiše na bazi konsultacija sa profesorom. Ispit se polaže u skladu sa Pravilima doktorskih studija. **Rok za predaju radova 25.01.2022. godine.**

Ishodi učenja: Po završetku ovog predmeta, student će moći da:

- Objasni značaj marketing istraživanja u turizmu i proces njegove realizacije;
- Koristi statističke i matematičke metode u analizi podataka i problema za potrebe marketing istraživanja u turizmu;
- Primjenjuje savremene trendove u okviru instrumenata marketinga u turizmu;
- Pravilno interpretira rezultate dobijene primjenom marketing istraživanja u turizmu;
- Samostalno sprovodi analizu zasnovanu na empirijskim podacima i interpretira dobijene rezultate;

Dodatne informacije o predmetu: Prof. dr Boban Melović, bobanm@ucg.ac.me