

**Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Turizam / GLOBALNI MARKETING**

Uslovljenost drugim predmetima	Nema.
Ciljevi izučavanja predmeta	Razumijevanje problematike globalnog marketinga kao naučne discipline i poslovne prakse. Upoznavanje globalnog marketing okruženja i globalizacije kao dominantnog trenda u 21. vijeku. Upoznavanje uloge turizma u svjetskoj ekonomiji i ekonomiji EU. Sticanje potrebnih znanja za donošenje odluka u izmijenjenim uslovima poslovanja na globalnom turističkom tržištu.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić-Četković
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, vježbe, seminari, studijske posjete, konsultacije.
I nedjelja, pred.	Uvod u globalni marketing
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
II nedjelja, pred.	Odnosi i međuzavisnosti na globalnom tržištu (trgovina, tehnologija, strane direktne investicije - FDI itd.)
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
III nedjelja, pred.	Globalno marketing okruženje
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
IV nedjelja, pred.	Međuzavisnost globalizacije tržišta i marketinga
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
V nedjelja, pred.	Uloga turizma u svjetskoj ekonomiji
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VI nedjelja, pred.	Turizam u Evropskoj Uniji
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VII nedjelja, pred.	Globalizacija u turizmu
VII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum I
VIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
IX nedjelja, pred.	Globalni komunikacioni sistemi
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
X nedjelja, pred.	Akulturacija kao posljedica globalnog turizma
X nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XI nedjelja, pred.	Lokalne posljedice globalnog turizma
XI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XII nedjelja, pred.	II kolokvijum
XII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XIII nedjelja, pred.	Multinacionalne korporacije u turizmu
XIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XIV nedjelja, pred.	Očekivane promjene i trendovi na globalnom turističkom tržištu
XIV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XV nedjelja, pred.	Analiza studija slučaja
XV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe.
Konsultacije	Poslije časa i u dogovoru s nastavnikom.
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	1. Čomić Đorđe (2009): »Turizam i globalizacija«, VHŠ, Beograd 2. Rakita Branko (2009):

	»Međunarodni marketing – od lokalne do globalne perspektive«, Ekonomski fakultet, Beograd 3. Salah Wahab, Chris Cooper (2014): »Tourism in the Age of Globalisation«, Routledge, London and New York 4. Reisinger Yvette and Dimanche Frederic (2011): »International Tourism: Cultures and Behaviors«, Routledge, New York 5. Hudson Simon (2008): »Tourism and Hospitality Marketing: A Global Perspective«, SAGE Publications, USA 6. Lyon Sarah M. and Wells E. Christian (2012): »Global Tourism: Cultural Heritage and Economic Encounters«, Altamira Press, New York
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	
Posebne naznake za predmet	Prisutnost do 10 bodova; seminarski rad do 10 bodova; I kolokvijum do 15 bodova; II kolokvijum do 15 bodova; završni ispit do 50 bodova.
Napomena	
Ishodi učenja	- Poznaje kretanja i promjene odnosa snaga na globalnom tržištu - Razumije medjuzavisnosti u globalnom marketing okruženju (trgovina, tehnologija, strane direktne investicije – FDI itd.) - Kritički ocjenjuje prednosti i nedostatake procesa globalizacije u turizmu i hotelijerstvu - Objasnjava efekte djelovanja multinacionalnih korporacija na ekonomiju države, kao i na turističke destinacije - Analizira strateške marketing odluke na osnovu poznavanja mogućnosti i ograničenja razvoja globalnog turizma