

Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Turizam / MARKETING U TURIZMU

Uslovljenost drugim predmetima	Nema.
Ciljevi izučavanja predmeta	Upoznavanje studenata sa teorijskim i praktičnim aspektima marketinga u turizmu kao savremene tržišne koncepcije. Cilj je razumijevanje međuzavisnosti primjene marketinga u turizmu kod različitih nosilaca turističke ponude i na nivou turističke destinacije, kao i osposobljavanje studenata za upravljanje marketinškim aktivnostima u turizmu.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić – Četković
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, vježbe, seminari, studijske posjete (fieldwork/ field visit report), konsultacije
I nedjelja, pred.	Pojam i karakteristike turističkog tržišta
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.
II nedjelja, pred.	Primjena marketinga u preduzećima turističke privrede i koordinacija marketing aktivnosti u turizmu
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.
III nedjelja, pred.	Primjena marketinga u preduzećima turističke privrede i koordinacija marketing aktivnosti u turizmu
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarskih radova.
IV nedjelja, pred.	Marketing okruženje i marketing informacioni sistem (MIS)
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
V nedjelja, pred.	Proces istraživanja marketinga.
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
VI nedjelja, pred.	Upravljanje marketing aktivnostima u turizmu i hotelijerstvu
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
VII nedjelja, pred.	Instrumenti marketinga u turizmu i hotelijerstvu
VII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum I
VIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
IX nedjelja, pred.	Ostali instrumenti marketinga u turizmu i hotelijerstvu
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
X nedjelja, pred.	Optimizacija marketing miksa.
X nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XI nedjelja, pred.	Primjena marketinga od strane organizatora putovanja i turističkih agencija
XI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XII nedjelja, pred.	Primjena marketinga u hotelskim preduzećima.
XII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XIII nedjelja, pred.	Kolokvijum II
XIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XIV nedjelja, pred.	Primjena marketinga od strane saobraćajnih preduzeća
XIV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
XV nedjelja, pred.	Mjesto i uloga marketinga u okviru savremenih pristupa razvoju turizma.
XV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarskih radova.
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe
Konsultacije	Nakon časova i po dogovoru s profesorom
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	1. Senić, R; Senić, V: Marketing menadžment u turizmu, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Vrnjačka Banja, 2016. 2. Popesku, Jovan (2013): »Marketing u

	turizmu i hotelijerstvu», Univerzitet Singidunum, Beograd 3. Kotler, Ph.; Bowen, J.; Makens, J. (2011): »Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu«, Mate, Zagreb 4. Mihailović, Božo (2005): »Marketing u turizmu«, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Kotor 5. Morrison, Alastair (2013): »Marketing and Managing Tourism Destinations«, Routledge, New York 6. Scott, N; Laws, E; Boksberger, Ph. (2012): »Marketing of Tourism Experience«, Routledge, New York
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Prisutnost do 10 bodova, seminarski rad do 10 bodova, I kolokvijum do 15 bodova; II kolokvijum do 15 bodova; završni ispit do 50 bodova.
Posebne naznake za predmet	Nema.
Napomena	
Ishodi učenja	- Pozna je i pravilno interpretira osnovne pojmove vezane za marketing u turizmu - Istražuje tržišne odnose ponude i tražnje u skladu sa novim trendovima u turizmu - Identifikuje i razumije elemente marketing aktivnosti u turističkoj industriji - Koristi instrumente marketing miksa u turizmu - Strateški usmerava i valorizuje marketing aktivnosti u turizmu - Stvara pretpostavke za rast konkurentnosti turističke destinacije i preduzeća u turizmu