

Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Turizam / MARKETING KOMUNICIRANJA U TURIZMU

Uslovljenost drugim predmetima	Nema.
Ciljevi izučavanja predmeta	Upoznavanje studenata sa savremenim pristupom marketing komuniciranju i konceptom integrisanih marketing komunikacija u turizmu. Upoznavanje medija, planiranja i razvoja oglasnih kampanja u turizmu u cilju efikasnog pozicioniranja preduzeća i destinacije na turističkom tržištu. Upravljanje događajima u funkciji destinacionog marketinga.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić-Četković
Metod nastave i savladanja gradiva	Predavanja, vježbe, seminari i konsultacije.
I nedjelja, pred.	Nastanak i razvoj koncepta integrisanih marketing komunikacija (IMK)
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
II nedjelja, pred.	Novi pristup marketing komuniciranju. Procesiranje informacija i koncept IMK.
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
III nedjelja, pred.	Lična prodaja kao element IMK u turizmu. Vještine komuniciranja u prodaji
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
IV nedjelja, pred.	Oglašavanje kao oblik marketing komuniciranja u turizmu. Oblici oglašavanja u turizmu.
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
V nedjelja, pred.	Osnove planiranja oglasnih kampanja.
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VI nedjelja, pred.	Integrisanje oglašavanja i unapređenja prodaje. Integrisanje oglašavanja i odnosa s javnošću.
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VII nedjelja, pred.	Mediji kao sredstva za prenošenje marketing poruka. Vrste medija i primjena pojedinih medija 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.	Događaj (Event) u funkciji destinacionog marketinga. Uloga događaja u brendiranju Crne Gore kao turističke destinacije.
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
X nedjelja, pred.	Vrste i oblici događaja u turizmu.
X nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XI nedjelja, pred.	Marketing menadžment događaja u turizmu.
XI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XII nedjelja, pred.	Planiranje događaja u turizmu.
XII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XIII nedjelja, pred.	Kolokvijum II
XIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XIV nedjelja, pred.	Organizovanje događaja u turizmu.
XIV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XV nedjelja, pred.	Kontrola i evaluacija događaja i hotelijerstvu.
XV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских 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. (poglavlja 13, 14 i 15) 2. Ognjanov Galjina (2013): „Integrirane marketinške komunikacije“, Ekonomski fakultet, Beograd 3. Koprivica, Miodrag (2008): Menadžment događaja, Prometej, Novi Sad 4. McCabe Scott (2008): „Marketing Communications in Tourism and Hospitality“, Routledge, New York 5. Gerritsen, D; Olderen, v. R (2014): »Events as a Strategic Marketing Tool«, CABI Tourism Texts, UK 6. Karlos, Brenda R.; Van der Vagen, Lin (2009): »Event Management: upravljanje događanjima u turizmu, kulturi, biznisu i sportu«, MATE, Zagreb 7. Preston, C. A (2012): »Event marketing«, Willey, USA
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	
Napomena	
Ishodi učenja	- Razumije ulogu i oblike marketing komuniciranja u turizmu - Objašnjava osnovne karakteristike marketing komuniciranja u turizmu - Analizira različite komponente marketing komunikacionog miksa - Upravlja događajima u turizmu - Planira, organizuje, kontroliše i evaluira događaje na nivou turističke destinacije