

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

Uslovljenost drugim predmetima	Nema.
Ciljevi izučavanja predmeta	- Upoznavanje studenata sa strategijskim marketingom u turizmu kao disciplinom zasnovanom na teoriji i praksi kreiranja i realizacije marketing strategija u turizmu - Prepoznavanje i analiza pitanja od strategijskog značaja za turističke destinacije i preduzeća u turizmu i hotelijerstvu i pronalaženje marketing odgovora.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	prof. dr Andriela Vitić Četković
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, seminari, konsultacije, analiza studija slučaja
I nedjelja, pred.	Tržišna orijentacija preduzeća u turizmu i hotelijerstvu
I nedjelja, vježbe	Tržišna orijentacija preduzeća u turizmu i hotelijerstvu
II nedjelja, pred.	Vrijednosna orijentacija strategijskog marketinga
II nedjelja, vježbe	Strategijsko planiranje marketing aktivnosti u turizmu
III nedjelja, pred.	Marketing strategija i konkurenstska prednost u turizmu
III nedjelja, vježbe	Marketing strategija i konkurenstska prednost u turizmu
IV nedjelja, pred.	Identifikovanje tržišnih mogućnosti u turizmu
IV nedjelja, vježbe	Identifikovanje tržišnih mogućnosti u turizmu
V nedjelja, pred.	Strategijski pristup programu razvoja novih proizvoda
V nedjelja, vježbe	Strategijski pristup programu razvoja novih proizvoda
VI nedjelja, pred.	Pristupi u strategiji ponude tržišta
VI nedjelja, vježbe	Pristupi u strategiji ponude tržišta
VII nedjelja, pred.	Marka i marketing strategija u turizmu
VII nedjelja, vježbe	Marka i marketing strategija u turizmu
VIII nedjelja, pred.	Strategijski pristup formiranju cijena
VIII nedjelja, vježbe	Strategijski pristup formiranju cijena
IX nedjelja, pred.	Strategije tržišnog komuniciranja
IX nedjelja, vježbe	Strategije tržišnog komuniciranja
X nedjelja, pred.	Strategije održavanja i povećanja tržišnog učešća
X nedjelja, vježbe	Strategije održavanja i povećanja tržišnog učešća
XI nedjelja, pred.	Strategija segmentacije tržišta
XI nedjelja, vježbe	Strategija segmentacije tržišta
XII nedjelja, pred.	Strategija diferenciranja turističke ponude
XII nedjelja, vježbe	Strategija diferenciranja turističke ponude
XIII nedjelja, pred.	Strategija pozicioniranja proizvoda
XIII nedjelja, vježbe	Strategija pozicioniranja proizvoda
XIV nedjelja, pred.	Marketing strategije na globalnom turističkom tržištu
XIV nedjelja, vježbe	Marketing strategije na globalnom turističkom tržištu
XV nedjelja, pred.	Marketing strategija i struktura. Kontrola i revizija marketing aktivnosti.
XV nedjelja, vježbe	Marketing strategija i struktura. Kontrola i revizija marketing aktivnosti.
Obaveze studenta u toku nastave	Prisustvo predavanjima, vježbama, seminarski rad
Konsultacije	Po dogovoru s profesorom
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	1. Mišavljević, Momčilo (2010): Strategijski marketing, Ekonomski fakultet, Beograd. 2. Aaker, David; Moorman Christine (2017): Strategic Marketing Management, Willey, USA 3. Vukoslav, Svetlana

	(2016): Strategijski menadžment ugostiteljsko - turističkih preduzeća, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad 4. Frochot, Isabelle & Batar, Wided (2013): Marketing and Designing Tourist Experience, Goodfellow Publisher Limited, UK
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Domaći zadaci, seminarski rad, završni ispit
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	- Pozna je ključne procese koji se odnose na implementaciju marketing strategije na nivou turističke destinacije i preduzeća u turizmu i hotelijerstvu - Objašnjava strategijsko planiranje marketing aktivnosti i pronalazi tržišne mogućnosti u turizmu