

Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Hotelijerstvo / Marketing u hotelijerstvu

Uslovljenost drugim predmetima	Nema.
Ciljevi izučavanja predmeta	Upoznavanje studenata sa teorijskim i praktičnim aspektima marketinga u hotelijerstvu kao savremene tržišne koncepcije. Cilj je razumijevanje međuzavisnosti primjene marketinga u hotelijerstvu kod različitih nosilaca ponude, kao i osposobljavanje studenata za upravljanje marketinškim aktivnostima u hotelijerstvu.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić – Četković
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, vježbe, seminari, konsultacije
I nedjelja, pred.	Pojam i karakteristike turističkog tržišta.
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
II nedjelja, pred.	Marketing kao tržišno usmjerena poslovna koncepcija u turizmu i hotelijerstvu.
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
III nedjelja, pred.	Primjena marketinga u preduzećima u hotelijerstvu i koordinacija marketing aktivnosti u hotelijerstvu
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Podjela tema seminarских radova.
IV nedjelja, pred.	Marketing okruženje i marketing informacioni sistem (MIS)
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
V nedjelja, pred.	Proces istraživanja marketinga.
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VI nedjelja, pred.	Upravljanje marketing aktivnostima u turizmu i hotelijerstvu
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VII nedjelja, pred.	Instrumenti marketinga u turizmu i hotelijerstvu.
VII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum I
VIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
IX nedjelja, pred.	Ostali instrumenti marketinga u turizmu i hotelijerstvu
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
X nedjelja, pred.	Optimizacija marketing miksa.
X nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XI nedjelja, pred.	Primjena marketinga od strane organizatora putovanja.
XI nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XII nedjelja, pred.	Primjena marketinga u hotelskim preduzećima.
XII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XIII nedjelja, pred.	Kolokvijum II
XIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XIV nedjelja, pred.	Studije slučaja iz marketinga u hotelijerstvu.
XIV nedjelja, vježbe	Studija slučaja. Odbrana seminarских radova.
XV nedjelja, pred.	Mjesto i uloga marketinga u okviru savremenih pristupa razvoju hotelijerstva.
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. Kotler, Ph.; Bowen, J.; Makens, J. (2011): »Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu«, Mate, Zagreb 2. Popesku, Jovan (2013): »Marketing u turizmu i hotelijerstvu«, Univerzitet Singidunum,

	Beograd 3. Bakić, Ognjen (2010): »Marketing u turizmu«, Univerzitet Singidunum, Beograd 3. Mihailović, Božo (2005): »Marketing u turizmu«, Fakultet za turizam i hotelijerstvo, Kotor 4. Morrison, Alastair (2013): »Marketing and Managing Tourism Destinations«, Routledge, New York 5. Scott, N; Laws, E; Boksberger, Ph. (2012): »Marketing of Tourism Experience«, Routledge, New York 6. McCabe, Scott (2012): »Marketing Communications in Tourism and Hospitality: Concepts, Strategies and Cases«, 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 oznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	- Pozna je i pravilno interpretira osnovne pojmove vezane za marketing u turizmu i hotelijerstvu - Istražuje tržišne odnose ponude i tražnje u skladu sa novim trendovima u turizmu i hotelijerstvu - Identifikuje i razumije elemente marketing aktivnosti u hotelskoj industriji - Koristi instrumente marketing miksa u hotelijerstvu - Strateški usmerava i valorizuje marketing aktivnosti u hotelijerstvu - Stvara pretpostavke za rast konkurentnosti preduzeća u hotelijerstvu