

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

Naziv predmeta:	STRATEGIJSKI MARKETING U TURIZMU			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
6696	Obavezan	1	10	3+0+0
Studijski programi za koje se organizuje	Turizam			
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.			
Ishodi učenja	- Poznaje 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			
Ime i prezime nastavnika i saradnika	prof. dr Andriela Vitić Četković			
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, seminari, konsultacije, analiza studija slučajeva			
Plan i program rada				
Pripreme nedjelje	Priprema i upis semestra			
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.					
Opterećenje studenta						
Nedjeljno	U toku semestra					
10 kredita x 40/30=13 sati i 20 minuta 3 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 0 vježbi 10 sat(a) i 20 minuta samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: 13 sati i 20 minuta x 16 =213 sati i 20 minuta Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): 13 sati i 20 minuta x 2 =26 sati i 40 minuta Ukupno opterećenje za predmet: 10 x 30=300 sati Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) 60 sati i 0 minuta Struktura opterećenja: 213 sati i 20 minuta (nastava), 26 sati i 40 minuta (priprema), 60 sati i 0 minuta (dopunski rad)					
Obaveze studenta u toku nastave	Prisustvo predavanjima, vježbama, seminarski rad					
Konsultacije	Po dogovoru s profesorom					
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						
Ocjena:	F	E	D	C	B	A
Broj poena	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena