

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

Naziv predmeta:	STRATEŠKI MARKETING U TURIZMU			
Šifra predmeta	Status predmeta	Semestar	Broj ECTS kredita	Fond časova (P+V+L)
13866	Obavezan	1	10	3+2+0
Studijski programi za koje se organizuje	Turizam			
Uslovljenost drugim predmetima	-			
Ciljevi izučavanja predmeta	Cilj predmeta je savladavanje teorije i prakse kreiranja i sprovođenja marketing strategija kroz prizmu pozicioniranja turističkih destinacija i preduzeća u turizmu. Cilj je i savladavanje metoda i tehnika istraživanja koje se koriste u strateškom marketingu i njihova primjena. Ukazuje se na ulogu strateškog marketinga u praćenju promjena u globalnom okruženju koje zahtijevaju kontinualno istraživanje, preispitivanje tržišnih mogućnosti i prilagođavanje ponude turističkih destinacija i preduzeća u turizmu.			
Ishodi učenja	- Koristi i kritički posmatra literaturu iz oblasti strateškog marketinga u turizmu - Samostalno obavlja naučno-istraživački rad u oblasti strategijskog marketinga u turizmu - Priprema projektne zadatke za istraživanja oblasti strateškog marketinga u turizmu - Korišćenjem naučnih principa i odgovarajuće metodologije, objašnjava marketing procese, pojave i zakonitosti - Analizira promjene u mikro i makro marketing okruženju na turističkom tržištu i predlaže rješenja problema			
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			
Plan i program rada				
Pripremne nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Uvod u strateški marketing.			
I nedjelja, vježbe	Uvod u strateški marketing. Određivanje teme seminarskog rada.			
II nedjelja, pred.	Održivi marketing turističke destinacije.			
II nedjelja, vježbe	Održivi marketing turističke destinacije. Određivanje teme naučno istraživačkog zadatka.			
III nedjelja, pred.	Proces strateškog planiranja marketinških aktivnosti u turizmu.			
III nedjelja, vježbe	Proces strateškog planiranja marketinških aktivnosti u turizmu.			
IV nedjelja, pred.	Portfolio plan organizacije.			
IV nedjelja, vježbe	Portfolio plan organizacije.			
V nedjelja, pred.	Osnovni elementi formulisanja marketing strategije u turizmu.			
V nedjelja, vježbe	Osnovni elementi formulisanja marketing strategije u turizmu.			
VI nedjelja, pred.	Vrste marketing strategija u turizmu.			
VI nedjelja, vježbe	Vrste marketing strategija u turizmu.			
VII nedjelja, pred.	Preduzetničke marketing strategije.			
VII nedjelja, vježbe	Preduzetničke marketing strategije.			
VIII nedjelja, pred.	Određivanje marketing strategije u turizmu. Digitalne marketing strategije u turizmu.			
VIII nedjelja, vježbe	Izlaganje seminarskih radova.			
IX nedjelja, pred.	Razvijanje marketing strategije. Marketing strategija i planiranje miksa proizvoda.			
IX nedjelja, vježbe	Razvijanje marketing strategije. Marketing strategija i planiranje miksa proizvoda.			
X nedjelja, pred.	Strategija razvoja novog proizvoda u turizmu.			
X nedjelja, vježbe	Strategija razvoja novog proizvoda u turizmu.			
XI nedjelja, pred.	Strategija pozicioniranja proizvoda u turizmu.			
XI nedjelja, vježbe	Strategija pozicioniranja proizvoda u turizmu.			
XII nedjelja, pred.	Strategija formiranja cijene u turizmu. Strategije distribucije i prodaje u turizmu.			
XII nedjelja, vježbe	Strategija formiranja cijene u turizmu.			

XIII nedjelja, pred.	Strategije distribucije i prodaje u turizmu					
XIII nedjelja, vježbe	Izlaganje naučno istraživačkog zadatka					
XIV nedjelja, pred.	Promotivne strategije u turizmu.					
XIV nedjelja, vježbe	Promotivne strategije u turizmu.					
XV nedjelja, pred.	Budućnost strategijskog marketinga. Primjena AI u marketingu u turizmu.					
XV nedjelja, vježbe	Budućnost strategijskog marketinga. Primjena AI u marketingu u turizmu.					
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 2 vježbi 8 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			Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe, urade seminarski rad i naučno - istraživački zadatak.			
Konsultacije			Poslije časova i po dogovoru s nastavnikom.			
Literatura			1. Chhabra, Deepak (2015): »Strategic Marketing in Hospitality and Tourism: Building a Smart Online Agenda (Hospitality Tourism and Marketing Studies)«, Nova Science Pub Inc, USA 2. Senić Radoslav, Senić Vladimir (2016): »Marketing menadžment u turizmu, Univerzitet u Kragujevcu 3. Milisavljević, Momčilo (2015): »Strategijski marketing«, Ekonomski fakultet Beograd 4- Kim, Seongseop Sam, Wang Dan (2021): »Future of Tourism Marketing«, Routledge, UK 5. Allison, Kyle (2024) »Strategic Digital Marketing: Modernizing 21st Century Business«, Sentia Publishing, UK 6. Chernev, A; Kotler, Ph. (2018): »Strategic Marketing Management«, Cerebellum Press, US 7. Peterson, Mark (2021): »Sustainable Marketing: A Holistic Approach«, SAGE, UK			
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje			Seminarski rad, naučno-istraživački zadatak i 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