
	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Diplomski studij
	OPIS PREDMETA	

NAZIV PREDMETA	MARKETING U KULTURI I TURIZMU		
Šifra	PKT02		
Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja (15 sati) <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice (30 sati) <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> <i>on line</i> u cijelosti <input type="checkbox"/> mješovito e-učenje <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> (ostalo upisati)	
Nositelj predmeta	Prof. dr.sc. Jurica Pavičić (15 sati predavanja)		
Suradnik na predmetu	dr.sc. Božena Krce Miočić (30 sati seminara)		
Obvezni ili izborni kolegij	Obvezni		
Godina	II.	Semestar	III.
Cilj i sadržaj predmeta i nastavnih jedinica	<p>Cilj kolegija: Pružiti studentima znanja iz područja marketinga usluga općenito te primijenjena znanja na neprofitni sektor i turizam kako bi u budućem radu znali pronaći učinkovita sredstva i metode za zadovoljenje potreba potrošača uz profitabilno poslovanje tvrtke/institucije u kojoj su zaposleni.</p> <p>Sadržaj predmeta: Marketinško okruženje; Društvena odgovornost marketinga; Istraživanje tržišta; Ponašanje potrošača; STP; Proizvod – Usluga; Cijena; Distribucija; Promocija; Planiranje, kontrola i organizacija marketinških aktivnosti; Strategije marketinga; Fundraising; Destinacijski marketing.</p>		
Kompetencije koje se stječu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificirati, analizirati i pripremiti marketinško okruženje 2. Protumačiti i raščlaniti društvenu odgovornost marketinga 3. Osmisliti i organizirati istraživanje tržišta 4. Procijeniti i preispitati ponašanje potrošača u novim tržišnim uvjetima 5. Provjeriti, opravdati i preispitati svaki pojedini segment STP-a 6. Rasporediti, analizirati i vrjednovati proizvod/uslugu, cijenu, distribuciju i promociju 7. Planirati, kontrolirati, organizirati i evaluirati odgovarajuće marketinške aktivnosti 8. Odabrati, razlikovati, planirati i ocijeniti marketinške strategije 9. Utvrditi i vrjednovati fundraising 10. Objasniti, primijeniti, prezentirati i razviti odgovarajući destinacijski marketing 		
Obveze studenata:	Opće: Studenti su dužni aktivno sudjelovati na ukupno 70 % predavanja i vježbi i redovito izvršavati zadatke za individualni i praktični rad .		

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Diplomski studij
	OPIS PREDMETA	

	Posebne: student je dužan izraditi seminarski rad		
	Izvanredni studenti nemaju obvezu dolazaka na nastavu , ali imaju obvezu ispunjavanja svih ostalih vidova izvođenja nastave prema opisu predmeta.		
Obvezna literatura:	Pavičić, J., Alfirević, N. i Aleksić, Lj. (2006): Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Masmedia, Zagreb. Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D.; Wanhill, S. (2008.): Tourism Principles and Practice. (4.izdanje). Prentice Hall; Pearson Education -Harlow, Velika Britanija – poglavlje 4.		
Dopunska literatura:	Meler, M. (2006): Marketing u kulturi, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek. Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2010.): Marketing u hotelijerstvu, ugostiteljstvu i turizmu. MATE : Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb. Pike, S. (2010.): Marketing turističkog odredišta, M Plus d.o.o., Zagreb.		
ECTS bodovi	5		
Praćenje studenata rada	STUDENTI se ocjenjuju tijekom semestra bodovanjem raznih provjera znanja. Ukupno se može dobiti 100 bodova. Dovoljan= 60 bodova, Dobar= 70 bodova, Vrlo dobar= 80 bodova, Izvrstan= 90 bodova. Nastavnik odlučuje koliko će bodova nositi pojedina provjera, ali samo jedna ne može donijeti prolaznu ocjenu.		
	<i>Oblik rada</i>	<i>BODOVI</i>	<i>Oblik rada</i>
	Pohađanje nastave	20	Referat
	Eksperimentalni rad		Seminarski rad
	Esej		Usmeni ispit
	Kolokviji		Projekt
	Pismeni ispit	40	Praktični rad
	Istraživanje		<i>....Ostalo upisati</i>
Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Studentska evaluacija na razini Sveučilišta - Tematska radionica (fokusne grupe) na zaključnom predavanju. Sastavnice radionice su nastavne cjeline koje se hibridnom Delfi tehnikom rekapituliraju u više iteracija. 		
Dodatna napomene nastavnika			