




Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Preddiplomski
studij


OPIS PREDMETA

Kultura i turizam

NAZIV PREDMETA	MARKETING					
Šifra	IKP304		ECTS	5		
Status predmeta	Obvezni		Akademski godina	2013./2014.		
Godina	III.		Semestar	V.		
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski					
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta	Položeni kolegiji Osnove ekonomike turizma i Počela ekonomije s I. godine studija					
Nositelj predmeta	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić					
Suradnik na predmetu	Gabrijela Vidić, mag.oec.					
Vrste izvođenja nastave	Predavanja	Seminari		Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	30	30		-	-	-
	Izvoditelj nastave					
	Božena Krce Miočić	Gabrijela Vidić, mag.oec.		-	-	-
Mjesto izvođenja nastave	Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati					
Cilj predmeta	Pružiti studentima opća znanja iz područja marketinga koji predstavlja temeljnu tržišnu disciplinu kako bi u budućem radu znali pronaći učinkovita sredstva i metode za zadovoljenje potreba potrošača uz profitabilno poslovanje tvrtke /institucije u kojoj su zaposlene.					
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none">1. Iskazati najvažnije dosadašnje spoznaje o marketingu.2. Prepoznati, klasificirati i usporediti važne čimbenike na tržištu u cilju zadovoljenja kupčeve potrebe.3. Isplanirati istraživanje tržišta i interpretirati rezultate istraživanja u marketinški valjane informacije.4. Analizirati uvjete na tržištu.5. Kombinirati elemente marketinškog miksa u cilju stvaranja uspješnog proizvoda ili usluge.6. Osmisliti i ocijeniti pretpostavljenu uspješnost na tržištu temeljem prepoznatih kriterija za različite proizvode u kulturi i/ili turizmu.					
Sadržaj predmeta po cjelinama I. SEMESTAR	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema	
	1.		P	1	UVODNO PREDAVANJE	
			S	1	PODJELA GRUPNIH ZADATAKA	
			P	2	Pojmovno određenje marketinga	
	2.		P	2	Okruženje marketinga	
			P	2	Društveno okruženje marketinga	
	3.		P	2	Istraživanje tržišta	
			P	1	Marketinški informacijski sustavi	
			S	1	I. KOLOKVIJ	
	4.		P	2	Ponašanje potrošača	
			P	2	STP	
	5.		P	1	STP	
			S	1	Primjer primjene segmentiranja i pozicioniranja	
			S	2	Etičnost u marketingu	
	6.		S	2	Okruženje marketinga	
			S	2	Primjer provedbe anketnog istraživanja	
7.		S	2	Istraživanje tržišta		

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Preddiplomski studij
	OPIS PREDMETA	Kultura i turizam

Sadržaj predmeta po cjelinama II. SEMESTAR		S	2	e-marketing
	8.	S	1	II. KOLOKVIJ
		P	2	Strategije marketinga
	8.	P	1	Proizvod
	9.	P	2	Usluga
		P	2	Cijena
	10.	P	2	Distribucija
		S	1	III. KOLOVIJ
		P	1	Integrirane marketinške komunikacije
	11.	P	2	Promocija
		P	2	Marketing u turizmu
	12.	S	2	Proizvod/Usluga
		S	2	Cijena
	13.	S	2	Distribucija
		S	2	Promocija
14.	S	2	Specifične primjene marketinga u neprofitnim organizacijama	
	S	2	Marketing u kulturi	
15.	S	2	Marketing u kulturi	
	S	1	IV. KOLOKVIJ	
	P	1	Podjela potpisa + tematska evaluacijska radionica	
Obvezna literatura:	PREVIŠIĆ, J. - OZRETIĆ DOŠEN, Đ. (UREDNICI): 'MARKETING', II. IZMIJENJENO I DOPUNJENO IZDANJE, ADVERTA, ZAGREB, 2004.			
Dopunska literatura:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, P.: Upravljanje marketingom, Mate, Zagreb, 2010. 2. Klein, N.: NO LOGO, VBZ, Zagreb, 2002. 3. Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. : Marketing u hotelijerstvu, ugostiteljstvu i turizmu. MATE : Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb,2010. 4. Kanuk, L. L., Schiffman, L. G.: Ponašanje potrošača, Mate, Zagreb, 2004. 5. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., Ferrell, O. C: Marketing, Europsko izdanje, Mate, Zagreb, 1995. 6. Ozretić-Došen, Đ. Marketing usluga, Mikrorad, Zagreb, 2002. 7. Kesić, T.:Integrirana marketinška komunikacija. Opinio d.o.o., Zagreb, 2003. 8. Senečić, J., Vukonić, B.: Marketing u turizmu, Mikrorad, Zagreb, 1997. 9. Marušić, M; Prebežac, D.: Istraživanja turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, 2004. 10. Kotler, P.: Marketing for Hospitality and Tourism, Prentice Hall International, Upper Saddle River, 2005. 11. Pike, S.: Marketing turističkog odredišta, M Plus d.o.o., Zagreb, 2010. 12. Previšić, J.; Ozretić Došen, Đ. Osnove marketinga, Adverta. Zagreb, 2008. 13. Senečić, J.: Promocija u turizmu, Mikrorad, Zagreb, 1998. 14. Weber, S.: Marketing u turizmu, Vadea, Varaždin, 2000. 15. Berc-Radišić, B.: Marketing u hotelijerstvu, 2. dopunjeno i izmijenjeno izdanje, Fakultet za turistički i hotelski management, Opatija, 2004. 16. Richards, B.: Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja, Potecon, Zagreb, 1997. 17. Tržišta, časopis (glavni i odgovorni urednik Đurđana Ozretić Došen), 18. Acta turistica, časopis (glavni i odgovorni urednik Nevenka Čavlek) 19. 17. Marketing u praksi, Časopis za tržišne komunikacije,Trend, Zagreb. 			
Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina	NAPOMENA: Konačna ocjena formirat će se na temelju ostvarenog uspjeha na svim elementima ocjenjivanja koja su dolje navedena. Svi elementi ocjenjivanja moraju biti ocijenjeni prolaznom ocjenom.			
	Oblik rada	BODOVI	Oblik rada	BODOVI
	Aktivno sudjelovanje na nastavi	20	Referat – Praktični zadaci	-

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Preddiplomski studij
	OPIS PREDMETA	Kultura i turizam

	Domaće zadaće	-	Eksperimentalni rad	-
	Esej	-	Grupni zadatak (projekt)	20
	Seminarski rad	-	Projekt	-
	Pismeni ispit	(40)	Praktični rad	-
	Usmeni ispit	20 <i>Ostalo upisati</i>	-
	Kolokviji*	(4*10)	UKUPNO	100

* *Studenti tijekom semestra mogu izaći na četiri kolokvija, čime se mogu osloboditi završnoga pismenog ispita. Studenti su oslobođeni završnog pismenog ispita, ako polože sve kolokvije i ako su zadovoljni konačnom ocjenom. U suprotnome studenti izlaze na pismeni ispit. Svi studenti- oni koji su pismeni ispit položili preko dva propisana kolokvija i oni koji su položili završni pismeni ispit - moraju položiti usmeni ispit. Završni ispit obuhvaća cjelokupno gradivo ispita.*

Formiranje ocjene	BODOVI (od – do)	Ocjena
	do 59	1 (nedovoljan)
	od 60 do 69	2 (dovoljan)
	od 70 do 79	3 (dobar)
	od 80 do 89	4 (vrlo dobar)
	više od 90	5 (izvrstan)

Izračun ECTS bodova

NAPOMENA: Prosječno radno opterećenje studenta/ice za stjecanje 1 ECTS boda = 25 - 30 sati

Element opterećenja vrijeme potrebno za	Prosječno potreban broj sati	
	Redovni studij	Izvanredni studij
Nastava	60	20
Zadaće (projekti, seminari, eseji...)	20	60
Ispiti i kolokviji	70	70
Ukupno	150	150

Uvjeti za dobivanje potpisa

Za redovite studente obvezno je najmanje 70% sudjelovanje na nastavi, izložen i pozitivno ocijenjen seminarski grupni rad koji u sebe uključuje elemente istraživačkog rada.

Za izvanredne studente obvezno je najmanje 30% sudjelovanje u svim oblicima nastave (uključivo i konzultativnu), pozitivno ocijenjen pisani seminarski rad koji u sebe uključuje elemente istraživačkog rada najkasnije do **01.01.2014.** Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).

Konzultacije

dan u tjednu	vrijeme održavanja
UTORAK	18.30 – 19:30
ČETVRTAK	10 – 11

Kontakt informacije

krceb@unizd.hr

Novi kampus Sveučilišta u Zadru, kabinet broj 49. Franje Tuđmana 24i , Zadar
tel. +385 (23) 345 028 u vrijeme konzultacija

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta	Studentska evaluacija na razini Sveučilišta
	Skupni i individualni razgovori sa studentima
Dodatna napomene nastavnika	Tematska radionica (fokusne grupe) na zaključnom predavanju