	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	<b>Preddiplomski studij</b>
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

NAZIV PREDMETA	PROMOTIVNE AKTIVNOSTI					
Šifra	IKP309		ECTS	4		
Status predmeta	Obvezni		Akademski godina	2013./2014.		
Godina	III.		Semestar	II.		
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski jezik					
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta						
Nositelj predmeta	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić					
Suradnik na predmetu	Šime Knežević, prof., predavač					
Mjesto izvođenja nastave	Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati					
Vrste izvođenja nastave	Predavanja		Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	15 sati		15 sati			
	<b>Izvoditelj nastave</b>					
	Šime Knežević, prof.		Šime Knežević, prof.			
Cilj predmeta	Pružiti studenticama/studentima potrebna znanja o funkcioniranju turističkog tržišta, a posebno znanja o ulozi i značaju promocije u turizmu te o modelima i primjeni promotivnih aktivnosti s ciljem što uspješnije implementacije na turističkom tržištu.					
Ishodi učenja	<p>Analizirati turističko tržište, osobite njegovu strukturu, najvažnije nositelje te medije koji prate turistička kretanja.</p> <p>Izraditi prijedlog plana promotivnih aktivnosti (maxi, midi, mini).</p> <p>Sastaviti prijedlog više modela marketing-briefa (marketinškog pisma).</p> <p>Opisati i interpretirati stanje medijske scene na određenom turističkom tržištu te izraditi plan zakupa medija.</p> <p>Oblikovati model efiksnog promotivnog miksa na turističkom tržištu.</p> <p>Objasniti ulogu državnih organizacija u promotivnim aktivnostima te upoznati do sada razvijene modele državnih organizacija i profitnih poduzeća u suradnji na ovom području.</p> <p>Prikazati organizacijski model prikupljanja sredstava za odabranu kulturnu instituciju te argumentirano obrazložiti predloženi model.</p> <p>Određiti prioritete promotivnih aktivnosti u odnosu na važnost pojedinih turističkih tržišta i strateških poslovnih partnera.</p> <p>Vrednovati i prezentirati rezultate i utjecaj provedenih promotivnih aktivnosti na određenom turističkom tržištu.</p>					
Sadržaj predmeta po cjelinama	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema	
	1.	1.-4.	1P+1S	2	Uvodni dio: Definiranje pojmova turističkog tržišta te njegove podjele, a osobito promocije i njene uloge i značaja.	
	2.		1P+1S	2	Važnost poznavanja turističkog tržišta, razmišljanje i odnos turista u odabiru turističkih destinacija.	
	3.		1P+1S	2	Mjesto promocije u marketing miksu.	
	4.		1P+1S	2	Mjesto i uloga medija u promociji turističke destinacije.	
	5.	5.	1P+1S	2	Etičnost i odgovornost u promociji.	




**Odjel za turizam i komunikacijske znanosti**

**Preddiplomski studij**

**OPIS PREDMETA**

**Kultura i turizam**

	6.	6.	1P+1S	2	Pravila i opasnosti u izradi promotivne poruke.	
	7.	7.	1P+1S	2	Osjetilni marketing	
	8.	8.	1P+1S	2	Oglašavanje i plakatiranje	
	9.	9.	1P+1S	2	Pregled medijske scene određenih turističkih tržišta i zakup medija.	
	10.	10.	1P+1S	2	Promotivne aktivnosti u organiziranom i individualnom dijelu turističkog tržišta.	
	11.	11.	1P+1S	2	Osobna prodaja, podrška prodaji i unapređenje prodaje.	
	12.	12.	1P+1S	2	Internet i promocija (stanje, utjecaj, tržišni udjeli, trendovi).	
	13.	13.	1P+1S	2	Sajmovi, događanja i sponzorstva u funkciji promocije.	
	14.	14.	1P+1S	2	Izrada primjera marketing-briefa (marketinškog pisma).	
	15.	15.	1P+1S	2	Upravljanje promocijom u turizmu.	
<b>Obvezna literatura:</b>	1) Križman-Pavlović, D.: Marketing turističke destinacije, Mikrorad, Zagreb-Pula, 2008. (Poglavlja: 3 (str. 57-80), 4 (str. 83-122), 5 (125-193) i 6 (195-2009). 2) Kotler, P., Bowen, J., Makens, J.: Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu, Mate d.o.o., Zagreb, 2010. (Poglavlje 14 (str. 539-588) i 15 (str. 591-630).					
<b>Dopunska literatura:</b>	1) Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj.: Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Zagreb, Masmedia, 2006. (str. 191-208). 2) Kesić, T.: Integrirana marketinška komunikacija, Opinio, Zagreb, 2003.					
<b>Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina</b>	<b>Oblik rada</b>		<b>BODOVI</b>	<b>Oblik rada</b>		<b>BODOVI</b>
	Aktivno sudjelovanje na nastavi		<b>10</b>	Referat – Praktični zadaci		<b>10</b>
	Domaće zadaće			Eksperimentalni rad		
	Esej			Grupni zadatak (projekt)		
	Seminarski rad		<b>10</b>	Projekt		
	Pismeni ispit		<b>40</b>	Praktični rad		
	Usmeni ispit		<b>30</b>	<b>....Ostalo upisati</b>		
	Kolokviji*			<b>UKUPNO</b>		<b>100</b>
<b>Formiranje ocjene</b>	<b>BODOVI (od – do)</b>			<b>Ocjena</b>		
	0-59			1 (nedovoljan)		
	60-69			2 (dovoljan)		
	70-7			3 (dobar)		
	80-89			4 (vrlo dobar)		
	90-100			5 (izvrstan)		
<b>Izračun ECTS bodova</b>						
<b>NAPOMENA:</b> Prosječno radno opterećenje studenta/ice za stjecanje 1 ECTS boda = 25 - 30 sati						
<b>Element opterećenja vrijeme potrebno za</b>	<b>Prosječno potreban broj sati</b>		<b>Prosječno potreban broj sati</b>			
	<b>Redovni studij</b>		<b>Izvanredni studij</b>			
Nastava	30		10 (konzultacije)			
Zadaće (projekti, seminari, eseji...)	50		60			
Ispiti i kolokviji	40		50			
<b>Ukupno</b>	<b>120</b>		<b>120</b>			
<b>Uvjeti za dobivanje potpisa</b>						

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	<b>Preddiplomski studij</b>
	<b>OPIS PREDMETA</b>	<b>Kultura i turizam</b>

Redoviti studenti: Obvezno sudjelovanje na ukupno 70 % predavanja i seminara. Pozitivno ocijenjen seminarski rad, najkasnije do 15.05.2014. Izvanredni studenti: Obvezno je sudjelovanje od najmanje 30 % u svim oblicima nastave (uključivo i konzultativnu). Pozitivno ocijenjen seminarski rad, najkasnije do 15.05.2014.	
<b>Raspored održavanja ispita</b>	
Prema objavljenom Odjelnom rasporedu.	
<b>Konzultacije</b>	
<b>dan u tjednu</b>	<b>vrijeme održavanja</b>
Srijeda	18,00-19,00
Četvrtak	10,00-11,00
<b>Kontakt informacije</b>	
sknezevic@unizd.hr	
<b>Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Studentska evaluacija na razini Sveučilišta</li> <li>- Kontinuirano praćenje primjedbi studenta i osobni razgovori sa studentima.</li> </ul>
<b>Dodatna napomene nastavnika</b>	