




**Odjel za turizam i komunikacijske znanosti**

**Preddiplomski studij**


**OPIS PREDMETA**

**Kultura i turizam**

NAZIV PREDMETA	MARKETING					
Šifra	IKP304		ECTS	5		
Status predmeta	Obvezni		Akademsko godina	2012./2013.		
Godina	III.		Semestar	V. i VI.		
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski					
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta	Položeni ispiti Osnove ekonomike turizma i Počela ekonomije s I. godine studija					
Nositelj predmeta	Doc. dr. sc. Božena Krce Miočić					
Suradnik na predmetu	Radimir Jurić, prof.					
Vrste izvođenja nastave	Predavanja		Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	30		30	-	-	-
	<b>Izvoditelj nastave</b>					
	Doc. dr. sc. Božena Krce Miočić		Doc. dr. sc. Božena Krce Miočić (24 sata) Radimir Jurić, prof. (6 sati)	-	-	-
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"> <li>1. Iskazati najvažnije dosadašnje spoznaje o marketingu.</li> <li>2. Prepoznati, klasificirati i usporediti važne čimbenike na tržištu u cilju zadovoljenja kupčeve potrebe.</li> <li>3. Isplanirati istraživanje tržišta i interpretirati rezultate istraživanja u marketinški valjane informacije.</li> <li>4. Analizirati uvjete na tržištu.</li> <li>5. Kombinirati elemente marketinškog miksa u cilju stvaranja uspješnog proizvoda ili usluge.</li> <li>6. Osmisliti i ocijeniti pretpostavljenu uspješnost na tržištu temeljem prepoznatih kriterija za različite proizvode u kulturi i/ili turizmu.</li> </ol>					
Sadržaj predmeta po cjelinama I. SEMESTAR	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema	
	1.		P	1	UVODNO PREDAVANJE	
	1.		S	1	PODJELA SEMINARSKIH RADOVA	
	2.		P	2	Pojmovno određenje marketinga	
	3.		P	2	Okruženje marketinga	
	4.		P	2	Društveno okruženje marketinga	
	5.		P	2	Istraživanje tržišta	
	6.		P	1	Marketinški informacijski sustavi	
	6.		S	1	I. KOLOKVIJ	
	7.		P	2	Ponašanje potrošača	
	8.		P	2	STP	
	9.		P	1	STP	
	9.		S	1	Primjer primjene segmentiranja i pozicioniranja	
	10.		S	2	Etičnost u marketingu	
11.		S	2	Okruženje marketinga (I. GRUPA + KONKURENCIJA)		
12.		S	2	Primjer provedbe anketnog istraživanja		

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

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

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

<b>znanja i vještina</b>	Aktivno sudjelovanje na nastavi	<b>20</b>	Referat – Praktični zadaci	-
	Domaće zadaće	-	Eksperimentalni rad	-
	Esej	-	Grupni zadatak (projekt)	<b>20</b>
	Seminarski rad	-	Projekt	-
	Pismeni ispit	<b>(40)</b>	Praktični rad	-
	Usmeni ispit	<b>20</b>	<b>....Ostalo upisati</b>	-
	Kolokviji*	<b>(4*10)</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>

\* *Studenti tijekom godine 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 - i oni koji su oslobođeni pismenog ispita i oni koji nisu - moraju položiti završni usmeni ispit. Završni ispit obuhvaća cjelokupno građivo 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
<b>Ukupno</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

#### Uvjeti za dobivanje potpisa

**Za redovite studente** obvezno je najmanje 70% sudjelovanje na nastavi, izložen i pozitivno ocijenjen pisani seminarski grupni rad koji u sebe uključuje elemente istraživačkog rada najkasnije do 15.04.2013.

**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 **01.04.2013.** Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).

#### Konzultacije

dan u tjednu	vrijeme održavanja
<b>UTORAK</b>	<b>9:30 – 10:30</b>
<b>SRIJEDA</b>	<b>17:30 – 18:30</b>

#### Kontakt informacije

[krceb@unizd.hr](mailto:krceb@unizd.hr)

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

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