

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Preddiplomski studij
	OPIS PREDMETA	

NAZIV PREDMETA	PROMOTIVNE AKTIVNOSTI				
Šifra	IKP309	ECTS	4		
Status predmeta	Obvezni	Akadska godina	2015./2016.		
Godina	III.	Semestar	VI.		
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			
	Izvoditelj nastave				
	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>Odrediti 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.		1P+1S	2	Uvodni dio: Definiranje pojmova turističkog tržišta te njegove podjele, a osobito promocije i njene uloge i značaja.
	2.	1.-4.	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.		1P+1S	2	Etičnost i odgovornost u promociji.
	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.

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

	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.	
Obvezna literatura:	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). 3) Kloss, I.: Werbung, Vahlen Franz Verlag Oldenburg, 2011.					
Dopunska literatura:	1) Pavičić, J., Alfirević, N., Aleksić, Lj.: Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Zagreb, Masmedia, 2006. (str. 191-208). 2) Kesic, T.: Integrirana marketinška komunikacija, Opinio, Zagreb, 2003.					
Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina	Oblik rada		BODOVI	Oblik rada		BODOVI
	Aktivno sudjelovanje na nastavi		10	Referat – Praktični zadaci		10
	Domaće zadaće		0	Eksperimentalni rad		0
	Esej		0	Grupni zadatak (projekt)		0
	Seminarski rad		10	Projekt		0
	Pismeni ispit		40	Praktični rad		0
	Usmeni ispit		30 <i>Ostalo upisati</i>		0
	Kolokviji*		0	UKUPNO		100
Formiranje ocjene	BODOVI (od – do)			Ocjena		
	0-59			1 (nedovoljan)		
	60-69			2 (dovoljan)		
	70-7			3 (dobar)		
	80-89			4 (vrlo dobar)		
	90-100			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		Prosječno potreban broj sati			
	Redovni studij		Izvanredni studij			
Nastava	30		10			
Zadaće (projekti, seminari, eseji...)	50		60			
Ispiti i kolokviji	40		50			
Ukupno	120		120			
Uvjeti za dobivanje potpisa						
Redoviti studenti: Obvezno sudjelovanje na ukupno 70 % predavanja i seminara. Pozitivno ocijenjen seminarski rad, najkasnije do 15.05.2016.						
Izvanredni studenti: Obvezno je sudjelovanje od najmanje 30 % u svim oblicima nastave (uključivo i konzultativnu). Pozitivno ocijenjen seminarski rad, najkasnije do 15.05.2016.						
Konzultacije						
Sukladno objavljenim terminima na mrežnim stranicama Odjela: http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiterminikonkultacija/tabid/2725/Default.aspx						
Kontakt informacije						
sknezevic@unizd.hr						

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

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta	<ul style="list-style-type: none"> - Studentska evaluacija na razini Sveučilišta - Kontinuirano praćenje primjedbi studenta i osobni razgovori sa studentima.
Dodatna napomene nastavnika	