

	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti	Preddiplomski studij
	OPIS PREDMETA	

NAZIV PREDMETA	PROMOTIVNE AKTIVNOSTI				
Šifra	IKP 038		ECTS	4	
Status predmeta	Izborni		Akadska godina	2016./2017.	
Godina	3.		Semestar	VI.	
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski i njemački jezik				
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta					
Nositelj predmeta	Šime Knežević, prof., predavač				
Suradnik na predmetu					
Mjesto izvođenja nastave	Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati				
Vrste izvođenja nastave	Predavanja	Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	15	15	0	0	0
	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.	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.
	6.	6.	1P	2	Pravila i opasnosti u izradi promotivne poruke.

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

	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.
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) Kesić, T.: Integrirana marketinška komunikacija, Opinio, Zagreb, 2003. E-knjiga: 3) Gerke, Th.: Tourismuswerbung, MI-Verlag, Lansberg (bei Augsburg), Njemačka, 2013				
Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina					
	Oblik rada	BODOVI	Oblik rada	BODOVI	
	Aktivno sudjelovanje na nastavi	10	Referat	20	
	Domaće zadaće	0	Eksperimentalni rad	0	
	Esej	0	Grupni zadatak (projekt)	0	
	Seminarski rad	0	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)		
	70-79		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					

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

Element opterećenja vrijeme potrebno za	Prosječno potreban broj sati	
	Redovni studij	Izvanredni studij
Nastava	30	10 (konzultacije)
Zadaci (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 te izrada i prezentacija pojedinačnog referata. Izvanredni studenti: Izrada pojedinačnog referata.		
Raspored održavanja ispita		
Prema objavljenom Odjelnom rasporedu.		
Konzultacije		
Sukladno objavljenim terminima na mrežnim stranicama Odjela: http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiteminikonzultacija/tabid/2725/Default.aspx		
Kontakt informacije		
sknezevic@unizd.hr		
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		