



**SVEUČILIŠTE U ZADRU**  
**UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA**

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

**Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)\***

<b>Naziv kolegija</b>	MARKETING U KULTURI I TURIZMU					<b>akad. god.</b>	2020./2021.			
<b>Naziv studija</b>	Poduzetništvo u kulturi i turizmu					<b>ECTS</b>	<b>5</b>			
<b>Sastavnica</b>	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti									
<b>Razina studija</b>	<input type="checkbox"/> preddiplomski		<input checked="" type="checkbox"/> diplomski		<input type="checkbox"/> integrirani		<input type="checkbox"/> poslijediplomski			
<b>Vrsta studija</b>	<input type="checkbox"/> jednopredmetni <input type="checkbox"/> dvopredmetni		<input checked="" type="checkbox"/> sveučilišni		<input type="checkbox"/> stručni		<input type="checkbox"/> specijalistički			
<b>Godina studija</b>	<input type="checkbox"/> 1.		<input checked="" type="checkbox"/> 2.		<input type="checkbox"/> 3.		<input type="checkbox"/> 4.	<input type="checkbox"/> 5.		
<b>Semestar</b>	<input checked="" type="checkbox"/> zimski		<input type="checkbox"/> I.		<input type="checkbox"/> II.		<input checked="" type="checkbox"/> III.		<input type="checkbox"/> IV.	<input type="checkbox"/> V.
	<input type="checkbox"/> ljetni		<input type="checkbox"/> VI.		<input type="checkbox"/> VII.		<input type="checkbox"/> VIII.		<input type="checkbox"/> IX.	<input type="checkbox"/> X.
<b>Status kolegija</b>	<input checked="" type="checkbox"/> obvezni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij koji se nudi studentima drugih odjela			<b>Nastavničke kompetencije</b>	<input type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE	
<b>Opterećenje</b>	15	<b>P</b>	30	<b>S</b>	0	<b>V</b>	<b>Mrežne stranice kolegija u sustavu za e-učenje</b>			<input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE
<b>Mjesto i vrijeme izvođenja nastave</b>	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela: <a href="https://tikz.unizd.hr/izvedbeni-plan-za-akademsku-godinu-2020-2021">https://tikz.unizd.hr/izvedbeni-plan-za-akademsku-godinu-2020-2021</a>					<b>Jezik/jezici na kojima se izvodi kolegij</b>			Hrvatski	
<b>Početak nastave</b>	05. listopada 2020.					<b>Završetak nastave</b>			22. siječnja 2021.	
<b>Preduvjeti za upis kolegija</b>										
<b>Nositelj kolegija</b>	izv. prof. dr. sc. Božena Kree Miočić									
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:krceb@unizd.hr">krceb@unizd.hr</a>					<b>Konzultacije</b>	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela: <a href="http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija">http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija</a>			
<b>Izvođač kolegija</b>	dr. sc. Gabrijela Vidić									
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:gvidic@unizd.hr">gvidic@unizd.hr</a>					<b>Konzultacije</b>	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela: <a href="http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija">http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija</a>			
<b>Vrste izvođenja nastave</b>	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja		<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice		<input type="checkbox"/> vježbe		<input checked="" type="checkbox"/> e-učenje		<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava	
	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci		<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža		<input type="checkbox"/> laboratorij		<input type="checkbox"/> mentorski rad		<input type="checkbox"/> ostalo	
<b>Ishodi učenja kolegija</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Objasniti temeljne pojmove istraživanja.</li><li>• Koristiti statističke postupke pri rješavanju problema istraživanja.</li><li>• Razviti anketni upitnik i druge alate za provođenje istraživanja.</li><li>• Provesti primarno istraživanje.</li><li>• Pokazati vještine korištenja statističkih paketa i koristiti statističke postupke pri obradi rezultata istraživanja.</li><li>• Razviti logički način zaključivanja na osnovu dobivenih rezultata istraživanja.</li><li>• Interpretirati rezultate dobivene statističkim postupcima.</li></ul>									
<b>Ishodi učenja na razini programa kojima kolegij doprinosi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizirati i identificirati globalne i nacionalne tržišne prilike i predvidjeti buduća događanja na turističkim tržištima.</li><li>• Prepoznati, klasificirati i usporediti važne čimbenike makrookruženja.</li></ul>									

\* Riječi i pojmovni sklopovi u ovom obrascu koji imaju rodno značenje odnose se na jednak način na muški i ženski rod.



# SVEUČILIŠTE U ZADRU UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oblikovati i prezentirati odgovarajući destinacijski marketing.</li><li>• Osmisliti i organizirati fundraising.</li><li>• Povezati korištenje različitih komunikacijsko informacijskih metoda i alata u cilju ostvarenja uspješne integrirane marketinške komunikacije u turizmu i kulturi.</li><li>• Interpretirati i koristiti spoznaje društveno odgovornog poslovanja.</li></ul>				
<b>Načini praćenja studenata</b>	<input checked="" type="checkbox"/> pohađanje nastave	<input checked="" type="checkbox"/> priprema za nastavu	<input checked="" type="checkbox"/> domaće zadaće	<input checked="" type="checkbox"/> kontinuirana evaluacija	<input checked="" type="checkbox"/> istraživanje
	<input checked="" type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> eksperimentalni rad	<input checked="" type="checkbox"/> izlaganje	<input checked="" type="checkbox"/> projekt	<input type="checkbox"/> seminar
	<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij(i)	<input checked="" type="checkbox"/> pismeni ispit	<input type="checkbox"/> usmeni ispit	<input type="checkbox"/> ostalo:	
<b>Uvjeti pristupanja ispitu</b>	Redovni studenti su dužni aktivno sudjelovati na ukupno 70% predavanja i seminara te redovito izvršavati obveze propisane opisom predmeta. Izvanredni studenti su dužni prisustvovati na ukupno 30% predavanja i/ili seminara i/ili konzultacija te redovito izvršavati obveze propisane opisom predmeta. Sve propisane obveze moraju biti izvršene, a oblici rada predani do kraja ciklusa predavanja-seminara, jer se time stječe pravo izlaska na završni ispit. Studenti koji ne izvrše sve obveze, nemaju pravo izlaska na završni ispit. Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).				
<b>Ispitni rokovi</b>	<input checked="" type="checkbox"/> zimski ispitni rok		<input type="checkbox"/> ljetni ispitni rok	<input checked="" type="checkbox"/> jesenski ispitni rok	
<b>Termini ispitnih rokova</b>	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela:		<a href="https://tikz.unizd.hr/izvedbeni-plan-za-akademsku-godinu-2020-2021/ispitni-rokovi-za-akademsku-godinu-2020-2021">https://tikz.unizd.hr/izvedbeni-plan-za-akademsku-godinu-2020-2021/ispitni-rokovi-za-akademsku-godinu-2020-2021</a>		
<b>Opis kolegija</b>	Pružiti studentima znanja iz područja marketinga usluga općenito te primijenjena znanja na neprofitni sektor i turizam kako bi u budućem radu znali pronaći učinkovita sredstva i metode za zadovoljenje potreba potrošača uz profitabilno poslovanje tvrtke/institucije u kojoj su zaposleni.				
<b>Sadržaj kolegija (nastavne teme)</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Uvodno predavanje; Specifičnosti marketinga u neprofitnom sektoru kulture; Specifičnosti marketinga u turizmu; Podjela seminarskih radova</li><li>2. Marketinško okruženje – uloga države</li><li>3. Društvena odgovornost marketinga</li><li>4. Istraživanje tržišta – specifičnosti istraživanja tržišta u kulturi i turizmu</li><li>5. STP</li><li>6. Razvoj marketinških strategija</li><li>7. Kreiranje marke i imidža turističkog odredišta; I. kolokvij</li><li>8. Proizvod – Usluga</li><li>9. Cijena</li><li>10. Kada potražnja putuje ponudi</li><li>11. Marketinška komunikacija</li><li>12. Mjerenje rezultata marketinga</li><li>13. Destinacijski marketing</li><li>14. Fundraising; II. kolokvij</li><li>15. Zaključna razmatranja, evaluacijske fokus grupe, podjela potpisa</li></ol>				
<b>Obvezna literatura</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Pike, S. (2010.): Marketing turističkog odredišta, M Plus d.o.o., Zagreb</li><li>2) Pavičić, J., Alfirević, N. i Aleksić, Lj. (2006.): Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Masmedia, Zagreb. – str. 150 – 208.</li></ol>				
<b>Dodatna literatura</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1) Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2010.): Marketing u hotelijerstvu, ugostiteljstvu i turizmu. MATE : Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb.</li><li>2) Cooper, C.; Fletcher, J.; Fyall, A.; Gilbert, D.; Wanhill, S. (2008.): Tourism Principles and Practice. (4. izdanje). Prentice Hall; Pearson Education -Harlow, Velika Britanija – poglavlje 4.</li><li>3) Meler, M. (2006.): Marketing u kulturi, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek.</li></ol>				
<b>Mrežni izvori</b>	<a href="https://moodle.srce.hr/2020-2021/course/view.php?id=80114">https://moodle.srce.hr/2020-2021/course/view.php?id=80114</a>				
<b>Provjera ishoda učenja (prema uputama AZVO)</b>	Samo završni ispit				
	<input type="checkbox"/> završni pismeni ispit	<input type="checkbox"/> završni usmeni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> pismeni i usmeni završni ispit		<input type="checkbox"/> praktični rad i završni ispit
	<input type="checkbox"/> samo kolokvij/zadaće	<input type="checkbox"/> kolokvij / zadaća i završni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> seminarski rad	<input type="checkbox"/> seminarski rad i završni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> praktični rad <input checked="" type="checkbox"/> drugi oblici
<b>Način formiranja završne ocjene (%)</b>	10% aktivno sudjelovanje na nastavi, 30% projektni zadatak, 40% pismeni ispit, 20% usmeni ispit				



**SVEUČILIŠTE U ZADRU**  
**UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA**

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

<b>Ocjenjivanje</b> /upisati postotak ili broj bodova za elemente koji se ocjenjuju/	0-59	% nedovoljan (1)
	60-69	% dovoljan (2)
	70-79	% dobar (3)
	80-89	% vrlo dobar (4)
	90-100	% izvrstan (5)
<b>Način praćenja kvalitete</b>	<input checked="" type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini Sveučilišta <input type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini sastavnice <input checked="" type="checkbox"/> interna evaluacija nastave <input checked="" type="checkbox"/> tematske sjednice stručnih vijeća sastavnica o kvaliteti nastave i rezultatima studentske ankete <input type="checkbox"/> ostalo	
<b>Napomena / Ostalo</b>	<p>Sukladno čl. 6. <i>Etičkog kodeksa</i> Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju, „od studenta se očekuje da pošteno i etično ispunjava svoje obveze, da mu je temeljni cilj akademska izvrsnost, da se ponaša civilizirano, s poštovanjem i bez predrasuda“.</p> <p>Prema čl. 14. <i>Etičkog kodeksa</i> Sveučilišta u Zadru, od studenata se očekuje „odgovorno i savjesno ispunjavanje obveza. [...] Dužnost je studenata/studentica čuvati ugled i dostojanstvo svih članova/članica sveučilišne zajednice i Sveučilišta u Zadru u cjelini, promovirati moralne i akademske vrijednosti i načela. [...]</p> <p>Etički je nedopušten svaki čin koji predstavlja povredu akademskog poštenja. To uključuje, ali se ne ograničava samo na:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- razne oblike prijevare kao što su uporaba ili posjedovanje knjiga, bilježaka, podataka, elektroničkih naprava ili drugih pomagala za vrijeme ispita, osim u slučajevima kada je to izrijeckom dopušteno;</li><li>- razne oblike krivotvorenja kao što su uporaba ili posjedovanje neautorizirana materijala tijekom ispita; lažno predstavljanje i nazočnost ispitima u ime drugih studenata; lažiranje dokumenata u vezi sa studijima; falsificiranje potpisa i ocjena; krivotvorenje rezultata ispita“.</li></ul> <p>Svi oblici neetičnog ponašanja rezultirat će negativnom ocjenom u kolegiju bez mogućnosti nadoknade ili popravka. U slučaju težih povreda primjenjuje se <u><i>Pravilnik o stegovnoj odgovornosti studenata/studentica Sveučilišta u Zadru.</i></u></p> <p>U elektronskoj komunikaciji bit će odgovarano samo na poruke koje dolaze s poznatih adresa s imenom i prezimenom, te koje su napisane hrvatskim standardom i primjerenim akademskim stilom. U kolegiju se koristi Merlin, sustav za e-učenje, pa su studentima potrebni AAI računi.</p>	