|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА НОВИ САД** | | | | | | | |
| **Школска година и семестар** | | 2019/2020, летњи семестар | | | | | |
| **Студијски програм** | | Туризам и хотелијерство | | | | | |
| **Назив предмета** | | **МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМУ** | | | | | |
| **Наставник** | | Др Наташа Павловић | | | | | |
| **Aсистент** | | Драгана Гашевић | | | | | |
| **Статус предмета** | | Обавезни | | | | | |
| **Број ЕСПБ** | | (2+2) 6 | | | | | |
|  | |  | | | | | |
| **Циљ предмета:** Упознавање студената са једном од најсавременијих дициплина у туристичкој делатности и економији. Циљ предмета јесте едуковање студената о битним карактеристикама маркетинга, затим примени маркетинг концепције у туризму и наравно упознавање студената са управљањем маркетинг активностима у туристичком сектору. Студенти ће се упознати са маркетинг истраживањем у свим туристичким компанијама и на свим нивоима тржишних варијабила, почевши од потрошача, цена, извоза и увоза, преко конкуренције до самих канала промоције.Тачније, уџбеник ће послужити студентима као основа за даља проучавања ове изузетно динамичне научне дисциплине и приступа односима на туристичком тржишту. | | | | | | | |
| **Исход предмета:** По завршетку учења ове наставне јединице студенти ће бити у стању да на основу усвојеног знања из области маркетинга у туристичкој привреди, процене тренутно стање или позицију туристичког производа или услуге, те на основу тога успешно конструишу маркетинг активности, моделе и методе, те пласирају производ на најбоље позиције на тржишту. Савладавањем предмета студенти ће стећи потребна знања из области маркетинга у туристичкој привреди, те ће на основу тога моћи успешно да учествују у планирању, доношењу и реализацији оптималних маркетинг одлука, и уз помоћ адекватних информација стећи ће способност прогнозирања промена у тржишној конкуренцији и у окружењу и решавати актуелне проблеме. Модификујући детерминишуће факторе развоја туризма, својим знањем и активностима, успешно ће обезбедити опстанак производа или услуге на изразито конкурентном тржишту. | | | | | | | |
| **Садржај предмета:**  *Теоријска настава*   * Појам и карактеристике туристичког тржишта. * Примена маркетинг концепције у туризму. * Маркетинг информациони систем у туризму. * Управљање маркетинг активностима у туризму. * Инструменти маркетинга у туризму. * Маркетинг истраживање. * Посебни аспекти и примене маркетинга у туризму.   *Практична настава*  Анализа студија случаја, теренско истраживање. | | | | | | | |
| **ПЛАН И ПРОГРАМ РАДА** | | | | | | | |
| **Недеља** | **Наставна јединица** | | | | | | |
| **1.** | Основе маркетинг концепта | | | | | | |
| **2.** | Примена маркетинга у услужним делатностима – појам услуга | | | | | | |
| **3.** | Примена маркетинга у услужним делатностима – основне карактеристике услуга | | | | | | |
| **4.** | Примена маркетинга у туризму и хотелијерству | | | | | | |
| **5.** | Дигитални маркетинг у туризму и хотелијерству | | | | | | |
| **6.** | Маркетинг окружење у туризму и хотелијерству | | | | | | |
| **7.** | Маркетинг истраживање | | | | | | |
| **8.** | Маркетинг информациони систем у туризму | | | | | | |
| **9.** | Формулисање маркетинг стратегије у туризму | | | | | | |
| **10.** | Формулисање маркетинг микса у туризму | | | | | | |
| **11.** | Инструменти маркетинга у туризму и хотелијерству – производ | | | | | | |
| **12.** | Инструменти маркетинга у туризму и хотелијерству – цена | | | | | | |
| **13.** | Инструменти маркетинга у туризму и хотелијерству – промоција | | | | | | |
| **14.** | Инструменти маркетинга у туризму и хотелијерству – канали маркетинга | | | | | | |
| **15.** | Посебни аспекти примене маркетинга у туризму | | | | | | |
| **Литература**  Попеску, Ј. (2018). *Маркетинг у туризму и хотелијерству*. Београд: Сингидунум.  Вељковић, С. (2009), *Маркетинг услуга*. Београд.  Котлер, П., и др. (2010). *Маркетинг услуга у угоститељству, хотелијерсту и туризмз*, Загреб: Мате.  Бакић, О. (2005). *Маркетинг менаџмент туристичке дестинације*. Београд: Чигоја.  Bowie, D., & Buttle, F. (2011). *Hospitality Marketing*. Amsterdam: Elsevier. | | | | | | | |
| **Број часова активне наставе** | | | **Теоријска настава: 30** | | **Практична настава: 30** | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** | | | | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | | | | **45** | | **Завршни испит** | **55** |
| присуство на предавањима и вежбама | | | | **5** | | писмени испит |  |
| провера знања у току наставе (колоквијум-и) | | | | **30** | | усмени испит |  |
| остале активности и учешће студената у раду на предавањима и вежбама | | | | **10** | |  |  |
| практичан рад: студија случаја | | | |  | |  |  |