

Studij: Preddiplomski studij - T				Godina: 3	Semestar: 6			
Kod: EUT205	Naziv predmeta: MARKETING DESTINACIJE			ECTS: 5	Strani jezik:			
Nastavnik: dr.sc. Neven Šerić, docent								
Asistenti: mr.sc. Davorka Mikulić								
Tjedan	Predavanja		Vježbe		Zadaci za samostalni rad i kontinuiranu provjeru znanja			
	Tema	Sati	Tema	Sati	Oblik rada	U okviru satnice	Ocjena	Kumul. ocjena
1	Uvodne naznake o marketingu turističke destinacije; Turistička destinacija integralni turistički proizvod.	2	Poslovni slučaj: modeli funkcioniranja destinacije kao sustava na tržištu RH.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	10%	10%
2	Strateški aspekti marketinga destinacije; Strateško marketinško planiranje kao funkcija upravljanja destinacijom.	2	Poslovni slučaj: Proces strateškog marketinškog planiranja na primjeru turističke destinacije.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
3	Marketinško okruženje - resursi turističke destinacije; Analiza makrookruženja, Analiza konkurentskog okruženja.	2	Analitički pristup okruženju destinacije: PEST i SWOT metode u primjeni.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
4	Formulacija misije i ciljeva marketinškog planiranja strategije turističke destinacije.	2	Poslovni slučaj: Razrada strateških ciljeva marketinškog plana destinacije.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
5	Destinacijske strategije i razvoj portfolija ponude; Strategija ekspanzije.	2	Poslovni slučaj: Destinacijske strategije.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
6	Strategije segmentacije i pozicioniranja turističke destinacije.	2	Poslovni slučaj: Strategija segmentacije na globalnom turističkom tržištu.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
7	Marketing odnosa u funkciji turističke destinacije.	2	Poslovni slučaj: Sinergija marketinga odnosa.	2	Test 1	<input type="checkbox"/>	20%	30%
8	Upravljanje destinacijom – turističkim proizvodom; Razvoj novih turističkih proizvoda destinacije.	2	Poslovni slučaj: Razvoja novog turističkog proizvoda destinacije.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
9	Politike cijena i cjenovne strategije	2	Poslovni slučaj: Cjenovne strategije u turističkoj praksi.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
10	Turistička destinacija, pozicioniranje i prodaja; Mreže i kanali prodaje.	2	Poslovni slučaj: Modeli prodaje turističkih destinacija u praksi.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
11	Promocija turističke destinacije; Određivanje proračuna promocije.	2	Poslovni slučaj: Efikasno oglašavanje i publicitet u turizmu, web i direktni marketing.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
12	Upravljanje imidžem i branding turističke destinacije.	2	Poslovni slučaj: Imidž i branding u turističkoj praksi.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
13	Turističke zajednice - nositelji marketinga destinacije.	2	Poslovni slučaj: HTZ grada i županije u funkciji turističke destinacije.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
14	Marketing upravljanje posebnim manifestacijama (eventima).	2	Poslovni slučaj: Event marketing turističke destinacije.	2	Seminar	<input type="checkbox"/>	%	%
15	Informacijske tehnologije u funkciji E-marketinga turističke destinacije; Vertikalne mreže na lokalnoj i regionalnoj razini.	2	Poslovni slučaj: Model kooperacije i koordinacije na razini turističke destinacije.	2	Test 2	<input type="checkbox"/>	20%	50%
Literatura:								
1.Petrić, L., (2006), <i>Destinacijski management</i> , recenzirani priručnik, Ekonomski fakultet Split ; 2. Interne skripte predavača 3.Heath, E., Wall, G. (1992), <i>Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach</i> . John Wiley & Sons, Inc. New York.								
Dodatna literatura:								
1.Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., (2003), <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i> , Prentice Hall. UK 2.Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. (2003), <i>The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective</i> , CABI Publishing, UK 3.Weber, S., Tomljenović, R. (2004), <i>Reinventing a Tourism Destination: Facing the Challenge</i> , Institut za turizam, Zagreb 4.Wagen, L.V., Carlos, B.R. (2008) <i>Event management</i> , Mate d.o.o., Zagreb 5.Križman Pavlović, D. (2008), <i>Marketing turističke destinacije</i> , Sveučilište Jurja Dobrile, Pula								
Napomene:								
Uvjeti za potpis, a time i za izlazak na ispit: 70% pohađanja nastave (predavanja i vježbe), pisani seminarski rad na zadanu temu, izlaganje seminarskog rada. Ispit se sastoji od pismenog i usmenog dijela (odnos 50:50). Pozitivno ocijenjen pismeni dio ispita je uvjet za pristupanje usmenom dijelu ispita. Studenti tijekom semestra pišu dva testa i izrađuju jedan seminarski uradak.Uvjet za oslobađanje od pismenog dijela ispita: položena 2 testa (položenim testom smatra se test s najmanje 60% točnih odgovora) te pozitivno ocijenjen seminarski rad.								

