

Ad 4)

Studij: Sveučilišni diplomski,				Godina: 1	Semestar: 1			
Kod: EUT 303		Naziv predmeta: ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA U TURIZMU		ECTS: 5	Strani jezik: Engleski			
Nastavnik: dr.sc. Neven Šerić, docent								
Asistenti: dr.sc. Neven Šerić, docent								
Tjedan	Predavanja		Vježbe		Zadaci za samostalni rad i kontinuiranu provjera znanja			
	Tema	Sati	Tema	Sati	Oblik rada	U okviru satnice	Ocjena	Kumul. ocjena
1	Pojam, značaj i koristi istraživanja tržišta u turizmu; Integrirani marketing u turizmu.	2	Uvodne naznake: praktična primjena istraživanja tržišta u turizmu.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
2	Upravljanje marketinškim informacijskim sustavom u turističkom poduzeću - vanjski i unutrašnji izvori podataka.	2	Poslovni slučaj: Upravljanje marketinškim informacijskim sustavom u tur. poduzeću za potrebe donošenja strateških poslovnih odluka.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
3	Etika i etički sukobi u istraživanju tržišta u turizmu.	2	Poslovni slučaj: etički sukobi u praksi istraživanja turističkih tržišta.	2	Test	<input type="checkbox"/>	15%	15%
4	Faze procesa istraživanja tržišta u turizmu.	2	Praktična provedba konkretnog projekta istraživanja tržišta u turizmu po fazama.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
5	Izvidajna istraživanja u turizmu; Prikupljanje sekundarnih podataka.	2	Poslovni slučaj: izvidajno istraživanje u turizmu.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
6	Uzročna (kauzalna) istraživanja u turizmu; Eksperiment, postupak i provedba eksperimenta.	2	Poslovni slučaj: uzročno istraživanje i eksperiment u turističkoj praksi.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
7	Opisna (deskriptivna) istraživanja u turizmu; Jednokratna i kontinuirana opisna istraživanja.	2	Poslovni slučaj: opisno istraživanje u turizmu.	2	Kolokvij	<input type="checkbox"/>	35%	50%
8	Metoda analize slučaja u turizmu	2	Metoda analize slučaja (seminar).	2		<input type="checkbox"/>	%	%
9	Metodologija prikupljanja primarnih podataka u turizmu; Metode promatranja, ispitivanja i mjerenja stavova.	2	Poslovni slučaj: metode promatranja, ispitivanja i mjerenja stavova u turističkoj praksi.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
10	Definiranje osnovnog skupa i određivanje okvira uzorka.	2	Poslovni slučaj: reprezentativnost uzorka u istraživanju tur. tržišta.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
11	Vrste uzoraka i odabiranje uzorka.	2	Reprezentativnost uzorka u istraživanju tur. tržišta (seminar).	2	Test	<input type="checkbox"/>	15%	65%
12	Modeli upravljanja istraživanjima turističkih tržišta.	2	Primjeri iz poslovne prakse.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
13	Istraživanje tržišta i SWOT analiza.	2	Istraživanje tržišta i SWOT analiza (seminar).	2		<input type="checkbox"/>	%	%
14	Istraživanje tržišta i benchmarking.	2	Poslovni slučaj: benchmarking u istraživanju turističkih tržišta.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
15	Istraživanje tržišta u turizmu i marketinški menadžment.	2	Poslovni slučaj: marketinški menadžment i istraživanje tržišta.	2	Kolokvij	<input type="checkbox"/>	35%	100%

Literatura: 1. Marušić, M., Prebežac, D., *Istraživanje turističkih tržišta*, Adeco, Zagreb, 2004.

2. Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C., *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*, Mate d.o.o., Zagreb 2008.

Dodatna literatura: 1. Wagen, L.V., Carlos, B.R., *Event management*, Mate d.o.o. Zagreb, 2008.

2. Veal, A.J., *Research Methods for Leisure and Tourism: a Practical Guide*, Pitman Publishing, London, 1997.

3. Richards B., *How to market tourist attractions, festivals & special events*, Longman Group UK, London 1995.

Napomene: termini ispita će biti definirani kalendarom ispita. Uvjet za potpis: pohađanje minimalno 60% predavanja i 50% vježbi.

Položena 2 kolokvija oslobađaju od pismenog dijela ispita. Položena 2 testa zamjenjuju 1 kolokvij. Položenim testom i/ili kolokvijem se smatra onaj u kojem je ostvareno minimalno 55 % bodova. Uvjet za pristupanje ispitu - potpis. Način polaganja ispita: pozitivno ocijenjeni pismeni dio ispita uvjet je za pristupanje usmenom dijelu ispita. Studenti koji polože oba testa i kolokvij, oslobađaju se ispita. Studenti koji nisu zadovoljni ostvarenom ocjenom mogu, ukoliko to žele, pristupiti usmenom ispitu te odgovarati za višu ocjenu.