

Diplomski studij: TURIZAM I HOTELIJERSTVO				Godina: 1	Semestar: 2			
Kod: EUTC03		Naziv predmeta: STRATEGIJE MARKETINGA 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	Uvodne naznake: strategije marketinga u upravljanju turističkim proizvodom.	2	Poslovni slučaj: strategija marketinga u upravljanju turističkim proizvodom.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
2	Upravljanje turističkom markom i strategije marketinga.	2	Poslovni slučaj: strategija marketinga u upravljanju turističkom markom.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
3	Strateško marketinško planiranje.	2	Strateško marketinško planiranje (seminar).	2	Test	<input type="checkbox"/>	15%	15%
4	Analiza unutarnjih čimbenika Analiza vanjskih čimbenika	2	Poslovni slučaj: SWOT analiza unutarnjih i vanjskih čimbenika	2		<input type="checkbox"/>	%	%
5	Od SWOT analize do strategije marketinga u turizmu.	2	Poslovni slučaj: od SWOT analize do strategije marketinga u tur. poduzeću	2		<input type="checkbox"/>	%	%
6	Benchmarking u procesu planiranja strategije marketinga u turizmu.	2	Poslovni slučaj: od benchmarkinga do strategije marketinga u tur. poduzeću.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
7	Generičke strategije marketinga u turizmu.	2	Generičke strategije marketinga u turizmu (seminar).	2	Kolokvij	<input type="checkbox"/>	35%	50%
8	Strategija segmentacije turističkog tržišta; Strategija diverzifikacije.	2	Strategije segmentacije i diverzifikacije u tur. praksi.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
9	Strategija diferencijacije tur. proizvoda i strategija pozicioniranja na turističkom tržištu.	2	Poslovni slučaj: strategija diferencijacije tur. proizvoda i strategija pozicioniranja na turističkom tržištu.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
10	Strategije u fazama životnog ciklusa turističkog proizvoda	2	Poslovni slučaj: strategije u fazama životnog ciklusa turističkog proizvoda	2		<input type="checkbox"/>	%	%
11	Strategije vertikalne integracije u turizmu;	2	Poslovni slučaj: strategije vertikalne integracije u tur. praksi.	2	Test	<input type="checkbox"/>	15%	65%
12	Strategije horizontalne integracije u turizmu.	2	Poslovni slučaj: strategije horizontalne integracije u tur. praksi.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
13	Strategije za zrelo tržište, strategije za opadajuće tržište; Strategije za tržište rasta.	2	Prilagodba strategije tržišnom okruženju (seminar).	2		<input type="checkbox"/>	%	%
14	Strategije tržišnih lidera sljedbenika, izazivača i tamponera.	2	Poslovni slučaj: strategije sljedbenika i izazivača u turističkoj praksi.	2		<input type="checkbox"/>	%	%
15	Uvođenje strategije/Kontrola i praćenje provedbe strategije	2	Poslovni slučaj: uvođenje strategije, kontrola i praćenje u turističkoj praksi.	2	Kolokvij	<input type="checkbox"/>	35%	100%

Literatura: 1. Kotler, P., Bowen, J.T., Makens, J.C., *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*, Mate d.o.o., Zagreb 2008.
2. Gustafsson, A., Johnson, M.D., *Natjecanje u uslužnoj ekonomiji*, Mate d.o.o., Zagreb 2006.

Dodatna literatura: 1. Renko, N., *Strategije marketinga*, Naklada Ljevak, 2005. Zagreb.
2. Wagen, L.V., Carlos, B.R., *Event management*, Mate d.o.o. Zagreb, 2008.

Napomene: Termini ispita će biti definirani kalendarom ispita. Uvjet za potpis: pohađanje minimalno 50% predavanja i 50% vježbi. Položenim testom i kolokvijem se smatra onaj u kojem je ostvareno 55 % ukupnih 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 kolokvija, oslobađaju se usmenog dijela ispita. Dva pozitivno ocijenjena testa mogu odmijeniti jedan kolokvij. Studenti koji nisu zadovoljni ostvarenom ocjenom mogu, ukoliko žele, pristupiti usmenom ispitu te odgovarati za višu ocjenu.