



**OPIS PREDMETA**

NAZIV PREDMETA	MARKETING U KULTURI I TURIZMU				
Šifra	IKN589	ECTS	5		
Status predmeta	Izborni	Akadska godina	2014./2015.		
Godina	II.	Semestar	III.		
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski// Engleski				
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta					
Nositelj predmeta	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić				
Suradnik na predmetu					
Vrste izvođenja nastave	Predavanja	Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	15	25	-	5*	-
	Izvoditelj nastave				
	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić	-	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić -	-
Mjesto izvođenja nastave	Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati				
Cilj predmeta	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.				
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Identificirati i analizirati marketinško okruženje.</li><li>2. Protumačiti i raščlaniti društvenu odgovornost marketinga.</li><li>3. Procijeniti i preispitati ponašanje potrošača u novim tržišnim uvjetima.</li><li>4. Provjeriti, opravdati i preispitati svaki pojedini segment STP-a.</li><li>5. Rasporediti, analizirati i vrjednovati proizvod/uslugu, cijenu, distribuciju i promociju.</li><li>6. Planirati, kontrolirati, organizirati i evaluirati odgovarajuće marketinške aktivnosti.</li><li>7. Odabrati, razlikovati, planirati i ocijeniti marketinške strategije.</li><li>8. Utvrditi i vrednovati fundraising.</li><li>9. Objasniti, primijeniti, prezentirati odgovarajući destinacijski marketing.</li></ol>				
Sadržaj predmeta po cjelinama	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema
	1.		P	1	Uvodno predavanje Specifičnosti marketinga u neprofitnom sektoru kulture
	1.		P	1	Uvodno predavanje Specifičnosti marketinga u turizmu
	1		S	1	Podjela seminarskih radova + 0. KOLOKVIJ (utvrđivanje razine predznanja)
	2		P+S	1+2	Marketinško okruženje – uloga države
	3.		P+S	1+2	Društvena odgovornost marketinga
	4.		P+S	1+2	Istraživanje tržišta – specifičnosti istraživanja tržišta u kulturi i turizmu
	5.		P+S	1+2	STP
	6.		P+S	1+2	Razvoj marketinških strategija
	7.		P+S	1+1	Kreiranje marke i imidža turističkog odredišta
	7.		S	1	I. KOLOKVIJ
8.		P+S	1+2	Proizvod – Usluga	

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	<b>Diplomski studij</b>
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

	9.	P+S	1+2	Cijena
	10.	P+S	1+2	Kada potražnja putuje ponudi
	11.	P+S	1+2	Marketinška komunikacija
	12.	P+S	1+2	Mjerenje rezultata marketinga
	13.	P+S	1+2	Destinacijski marketing
	14.	P	1+1	Fundraising
	14	S	1	II. KOLOKVIJ
	15.	P+S	1+2	Zaključna razmatranja, evaluacijske fokus grupe, podjela potpisa
<b>Obvezna literatura:</b>	Pike, S. (2010.) Marketing turističkog odredišta, M Plus d.o.o., Zagreb Pavičić, J., Alfirević, N. i Aleksić, Lj. (2006.): Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Masmedia, Zagreb. – od 150. do 208. str.			
<b>Dopunska literatura:</b>	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. Meler, M. (2006.): Marketing u kulturi, Ekonomski fakultet Osijek, Osijek. Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2010.): Marketing u hotelijerstvu, ugostiteljstvu i turizmu. MATE : Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb. – bez primjera			
<b>Praćenje i ocjenjivanje stečenih znanja i vještina</b>	<b>NAPOMENA:</b> Konačna ocjena formirat će se na temelju ostvarenog uspjeha na svim elementima ocjenjivanja koja su dolje navedena. Svi elementi ocjenjivanja moraju biti ocijenjeni prolaznom ocjenom.			
	<b>Oblik rada</b>	<b>BODOVI</b>	<b>Oblik rada</b>	<b>BODOVI</b>
	Aktivno sudjelovanje na nastavi	<b>20</b>	Referat – Praktični zadaci	-
	Domaće zadaće	-	Eksperimentalni rad	-
	Esej	-	Grupni zadatak (projekt)	<b>20</b>
	Seminarski rad	-	Projekt	-
	Pismeni ispit	<b>40</b>	Praktični rad	-
	Usmeni ispit	<b>20</b>	.... <i>Ostalo upisati</i>	-
	Kolokviji*	<b>(2*20)</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>
* Studenti tijekom semestra mogu izaći na dva kolokvija, čime se mogu osloboditi završnoga pismenog ispita. Studenti su oslobođeni završnog pismenog ispita, ako polože oba kolokvija i ako su zadovoljni konačnom ocjenom. U suprotnome studenti izlaze na pismeni ispit. Svi studenti- oni koji su pismeni ispit položili preko dva propisana kolokvija i oni koji su položili završni pismeni ispit - moraju položiti usmeni ispit. Završni ispit obuhvaća cjelokupno gradivo ispita.				
<b>Formiranje ocjene</b>	<b>BODOVI (od – do)</b>		<b>Ocjena</b>	
	do 59		1 (nedovoljan)	
	od 60 do 69		2 (dovoljan)	
	od 70 do 79		3 (dobar)	
	od 80 do 89		4 (vrlo dobar)	
	više od 90		5 (izvrstan)	
<b>Izračun ECTS bodova</b>				
<b>NAPOMENA:</b> Prosječno radno opterećenje studenta/ice za stjecanje 1 ECTS boda = 25 - 30 sati				
<b>Element opterećenja vrijeme potrebno za</b>	<b>Prosječno potreban broj sati</b>		<b>Prosječno potreban broj sati</b>	
	<b>Redovni studij</b>		<b>Izvanredni studij</b>	
Nastava	45		15	
Zadaće (projekti, seminari, eseji...)	15		45	
Ispiti i kolokviji	90		90	
<b>Ukupno</b>	<b>150</b>		<b>150</b>	
<b>Uvjeti za dobivanje potpisa</b>				
<b>Za redovite studente</b> obvezno je najmanje 70% sudjelovanje na nastavi, izložen i pozitivno ocijenjen seminarski grupni rad.				
<b>Za izvanredne studente</b> obvezno je najmanje 30% sudjelovanje u svim oblicima nastave (uključivo i konzultativnu) te izložen i pozitivno ocijenjen seminarski rad.				

	<b>Odjel za turizam i komunikacijske znanosti</b>	<b>Diplomski studij</b>
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

<p><b>Sve propisane obveze moraju biti izvršene, a oblici rada ocijenjeni do kraja ciklusa predavanja-seminara, jer se time stječe pravo potpisa. Studenti koji nemaju potpis, nemaju pravo izlaska na ispit.</b></p> <p>Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).</p>	
<b>Konzultacije</b>	
<b>dan u tjednu</b>	<b>vrijeme održavanja</b>
<p>Sukladno objavljenim terminima na mrežnim stranicama Odjela:  <a href="http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiterminikonkultacija/tabid/2725/Default.aspx">http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiterminikonkultacija/tabid/2725/Default.aspx</a></p>	
<b>Kontakt informacije</b>	
<p><a href="mailto:krceb@unizd.hr">krceb@unizd.hr</a>  <b>Novi kampus Sveučilišta u Zadru, kabinet broj 49. Franje Tuđmana 24i , Zadar</b>  <b>tel. +385 (23) 345 028 u vrijeme konzultacija</b></p>	
<b>Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta</b>	<p>Studentska evaluacija na razini Sveučilišta  Skupni i individualni razgovori sa studentima  Tematska radionica (fokusne grupe) na zaključnom predavanju</p>
<b>Dodatna napomene nastavnika</b>	<p>* U okviru terenske nastave obvezan je odlazak u Zagreb kako bi se posjetila marketinška/reklamna agencija, agencija za istraživanje tržišta, planiranje i zakup medija.  Redoviti i izvanredni studenti seminarski rad izlažu na nastavi uz obveznu prezentaciju putem PowerPoint prezentacije, koju učitavaju na sustav za udaljeno učenje u za to predviđenom roku (<b>15.12.2014.</b>). Upute za izradu seminarskog rada nalaze se na sustavu za udaljeno učenje.</p>