

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

<b>NAZIV PREDMETA</b>	<b>MARKETING</b>					
Šifra	IKP304		ECTS	5		
Status predmeta	obvezni		Akadska godina	2014./2015.		
Godina	III.		Semestar	V.		
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski					
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta	Položeni kolegiji Osnove ekonomike turizma i Počela ekonomije s I. godine studija					
Nositelj predmeta	doc.dr.sc. Božena Krce Miočić					
Suradnik na predmetu	Gabrijela Vidić, mag.oec.					
Vrste izvođenja nastave	Predavanja		Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)
	30		25	-	5*	-
	<b>Izvoditelj nastave</b>					
	Božena Krce Miočić		Gabrijela Vidić, mag.oec.	-	Gabrijela Vidić, mag.oec.	-
Mjesto izvođenja nastave	<b>Novi kampus, Franje Tuđmana 24i, Zadar prema objavljenom rasporedu sati</b>					
Cilj predmeta	Pružiti studentima opća znanja iz područja marketinga koji predstavlja temeljnu tržišnu disciplinu kako bi u budućem radu znali pronaći učinkovita sredstva i metode za zadovoljenje potreba potrošača uz profitabilno poslovanje tvrtke /institucije u kojoj su zaposlene.					
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iskazati najvažnije dosadašnje spoznaje o marketingu.</li> <li>2. Prepoznati, klasificirati i usporediti važne čimbenike na tržištu u cilju zadovoljenja kupčeve potrebe.</li> <li>3. Isplanirati istraživanje tržišta i interpretirati rezultate istraživanja u marketinški valjane informacije.</li> <li>4. Analizirati uvjete na tržištu.</li> <li>5. Kombinirati elemente marketinškog miksa u cilju stvaranja uspješnog proizvoda ili usluge.</li> <li>6. Osmisliti i ocijeniti pretpostavljenu uspješnost na tržištu temeljem prepoznatih kriterija za različite proizvode u kulturi i/ili turizmu.</li> </ol>					
Sadržaj predmeta po cjelinama <b>I. SEMESTAR</b>	Tjedan	Cjelina	Vrsta nastave	Broj sati	Tema	
	1.		P	1	UVODNO PREDAVANJE	
			S	1	PODJELA GRUPNIH ZADATAKA	
			P	2	Pojmovno određenje marketinga	
	2.		P	2	Okruženje marketinga	
			P	2	Društveno okruženje marketinga	
	3.		P	2	Istraživanje tržišta	
			P	1	Marketinški informacijski sustavi	
			S	1	I. KOLOKVIJ	
	4.		P	2	Ponašanje potrošača	
			P	2	STP	
	5.		P	1	STP	
			S	1	Primjer primjene segmentiranja i pozicioniranja	
			S	2	Etičnost u marketingu	
	6.		S	2	Okruženje marketinga	
			S	2	Primjer provedbe anketnog istraživanja	
	7.		S	2	Istraživanje tržišta	
			S	2	e-marketing	

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

<b>Sadržaj predmeta po cjelinama II. SEMESTAR</b>	8.		S	1	II. KOLOKVIJ
			P	2	Strategije marketinga
	8.		P	1	Proizvod
	9.		P	2	Usluga
			P	2	Cijena
	10.		P	2	Distribucija
			S	1	III. KOLOVIJ
			P	1	Integrirane marketinške komunikacije
	11.		P	2	Promocija
			P	2	Marketing u turizmu
	12.		S	2	Proizvod/Usluga
			S	2	Cijena
	13.		S	2	Distribucija
			S	2	Promocija
	14.		S	2	Specifične primjene marketinga u neprofitnim organizacijama
			S	2	Marketing u kulturi
	15.		S	2	Marketing u kulturi
			S	1	IV. KOLOKVIJ
		P	1	Podjela potpisa + tematska evaluacijska radionica	
<b>Obvezna literatura:</b>	PREVIŠIĆ, J. - OZRETIĆ DOŠEN, Đ. (UREDNICI): 'MARKETING', II. IZMIJENJENO I DOPUNJENO IZDANJE, ADVERTA, ZAGREB, 2004.				
<b>Dopunska literatura:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler, P.: Upravljanje marketingom, Mate, Zagreb, 2010.</li> <li>2. Klein, N.: NO LOGO, VBZ, Zagreb, 2002.</li> <li>3. Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. : Marketing u hotelijerstvu, ugostiteljstvu i turizmu. MATE : Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb,2010.</li> <li>4. Kanuk, L. L., Schiffman, L. G.: Ponašanje potrošača, Mate, Zagreb, 2004.</li> <li>5. Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M., Ferrell, O. C: Marketing, Europsko izdanje, Mate, Zagreb, 1995.</li> <li>6. Ozretić-Došen, Đ. Marketing usluga, Mikrorad, Zagreb, 2002.</li> <li>7. Kesić, T.:Integrirana marketinška komunikacija. Opinio d.o.o., Zagreb, 2003.</li> <li>8. Senečić, J., Vukonić, B.: Marketing u turizmu, Mikrorad, Zagreb, 1997.</li> <li>9. Marušić, M; Prebežac, D.: Istraživanja turističkih tržišta, Adeco, Zagreb, 2004.</li> <li>10. Kotler, P.: Marketing for Hospitality and Tourism, Prentice Hall International, Upper Saddle River, 2005.</li> <li>11. Pike, S.: Marketing turističkog odredišta, M Plus d.o.o., Zagreb, 2010.</li> <li>12. Previšić, J.; Ozretić Došen, Đ. Osnove marketinga, Adverta. Zagreb, 2008.</li> <li>13. Senečić, J.: Promocija u turizmu, Mikrorad, Zagreb, 1998.</li> <li>14. Weber, S.: Marketing u turizmu, Vadea, Varaždin, 2000.</li> <li>15. Berc-Radišić, B.: Marketing u hotelijerstvu, 2. dopunjeno i izmijenjeno izdanje, Fakultet za turistički i hotelski management, Opatija, 2004.</li> <li>16. Richards, B.: Marketing turističkih atrakcija, festivala i posebnih događanja, Potecon, Zagreb, 1997.</li> <li>17. Tržišta, časopis (glavni i odgovorni urednik Đurđana Ozretić Došen),</li> <li>18. Acta turistica, časopis (glavni i odgovorni urednik Nevenka Čavlek)</li> <li>19. 17. Marketing u praksi, Časopis za tržišne komunikacije,Trend, Zagreb.</li> </ol>				
	INTERNET ADRESE: www.cema-hr.com, www.puls.hr,http://maipdi.ipdi.hr, www.forbes.com				
<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	<b>0</b>	
	Domaće zadaće	<b>0</b>	Eksperimentalni rad	<b>0</b>	

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

	Esej	<b>0</b>	Grupni zadatak (projekt)	<b>20</b>
	Seminarski rad	<b>0</b>	Projekt	<b>0</b>
	Pismeni ispit	<b>(40)</b>	Praktični rad	<b>0</b>
	Usmeni ispit	<b>20</b>	<i>....Ostalo upisati</i>	<b>0</b>
	Kolokviji*	<b>(4*10)</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>

\* *Studenti tijekom semestra mogu izaći na četiri kolokvija, čime se mogu osloboditi završnoga pismenog ispita. Studenti su oslobođeni završnog pismenog ispita, ako polože sve kolokvije i ako su zadovoljni konačnom ocjenom. U suprotnome studenti izlaze na pismeni ispit. Svi studenti- oni koji su pismeni ispit položili preko propisanih kolokvija i oni koji su položili završni pismeni ispit - moraju položiti usmeni ispit. Završni ispit obuhvaća cjelokupno gradivo ispita.*

Formiranje ocjene	BODOVI (od – do)	Ocjena
	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)

**Izračun ECTS bodova**

**NAPOMENA:** Prosječno radno opterećenje studenta/ice za stjecanje 1 ECTS boda = 25 - 30 sati

Element opterećenja vrijeme potrebno za	Prosječno potreban broj sati	
	Redovni studij	Izvanredni studij
Nastava	60	20
Zadaci (projekti, seminari, eseji...)	20	60
Ispiti i kolokviji	70	70
<b>Ukupno</b>	<b>150</b>	<b>150</b>

**Uvjeti za dobivanje potpisa**

**Za redovite studente** obvezno je najmanje 70% sudjelovanje na nastavi, izložen i pozitivno ocijenjen seminarski grupni rad koji u sebe uključuje elemente istraživačkog rada.

**Za izvanredne studente** obvezno je najmanje 30% sudjelovanje u svim oblicima nastave (uključivo i konzultativnu), pozitivno ocijenjen pisani seminarski rad koji u sebe uključuje elemente istraživačkog rada najkasnije do **15.12.2014.**

**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.**

Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).

**Konzultacije**

dan u tjednu	vrijeme održavanja
--------------	--------------------

Sukladno objavljenim terminima na mrežnim stranicama Odjela:

<http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiterminikonkultacija/tabid/2725/Default.aspx>

**Kontakt informacije**

[krceb@unizd.hr](mailto:krceb@unizd.hr)

Novi kampus Sveučilišta u Zadru, kabinet broj 49. Franje Tuđmana 24i , Zadar

tel. +385 (23) 345 028 u vrijeme konzultacija

<b>Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe svakog predmeta</b>	Studentska evaluacija na razini Sveučilišta Skupni i individualni razgovori sa studentima Tematska radionica (fokusne grupe) na zaključnom predavanju
-----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Dodatna napomene nastavnika</b>	* U okviru terenske nastave obavezan 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.
------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------