

**OPIS PREDMETA**


NAZIV PREDMETA		MARKETING U KULTURI I TURIZMU				
Šifra	IKM502	ECTS			5	
Status predmeta	Obvezni	Akademska godina			2018./2019.	
Godina	II.	Semestar			III.	
Jezik izvođenja predmeta	Hrvatski// Engleski					
Preduvjeti upisa/polaganja predmeta						
Nositelj predmeta	izv. prof. dr.sc. Božena Krce Miočić					
Suradnik na predmetu						
Vrste izvođenja nastave	Predavanja	Seminari	Vježbe	Terenska nastava	Ostalo (upisati)	
	15	25	-	5*	-	
	Izvoditelj nastave					
	izv. prof. dr.sc. Božena Krce Miočić	izv. prof. dr.sc. Božena Krce Miočić	-	izv. prof. 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 varijable marketinškog okruženja.</li><li>2. Predložiti vrstu i metodu istraživanja tržišta te izvore podataka za konkretan projekt.</li><li>3. Procijeniti i preispitati ponašanje potrošača u novim tržišnim uvjetima.</li><li>4. Identificirati varijable za segmentaciju tržišta, vrednovati i izabrati operabilan segmente i predložiti taktiku targetiranja i pozicionirana.</li><li>5. Osmisliti, analizirati i vrjednovati proizvod/uslugu, cijenu, distribuciju i promociju.</li><li>6. Odabrati, razlikovati, planirati, kontrolirati i ocijeniti marketinške strategije.</li><li>7. Izraditi i vrednovati plan fundraising.</li><li>8. Odabrati optimalna rješenja temeljem izrađene benchmark analize.</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		



## OPIS PREDMETA

## Poduzetništvo u kulturi i turizmu

	8.		P+S	1+2	Proizvod – Usluga
	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>	Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.: <b>Marketing u hotelijerstvu</b> , ugostiteljstvu i turizmu. MATE : Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb, 2010. – bez primjera Pavičić, J., Alfirević, N. i Aleksić, Lj.: <b>Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti</b> , Masmedia, Zagreb, 2006.– od 150. do 208. str.				
<b>Dopunska literatura:</b>	Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S.: <b>Tourism Principles and Practice</b> , 4. Izdanje, Prentice Hall, Pearson Education, Harlow, Velika Britanija, 2008. (poglavlje 4.) Meler, M.: <b>Marketing u kulturi</b> , Ekonomski fakultet Osijek, Osijek, 2006. Pike, S.: <b>Marketing turističkog odredišta</b> , M Plus d.o.o., Zagreb, 2010.				
<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>40</b>	
	Seminarski rad	-	Projekt	-	
	Pismeni ispit	<b>40</b>	Praktični rad	-	
	Usmeni ispit	-	<b>....Ostalo upisati</b>	-	
Kolokviji*	<b>(4*5+1*20)</b>	<b>UKUPNO</b>	<b>100</b>		
<i>* Studenti tijekom semestra mogu izaći na pet 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 dva propisana kolokvija i oni koji su položili završni pismeni ispit - moraju položiti usmeni ispit. Završni ispit obuhvaća cjelokupno gradivo ispita.</i>					
<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>	Diplomski studij
	<b>OPIS PREDMETA</b>	

<p><b><u>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.</u></b></p> <p>Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).</p>	
<b>Konzultacije</b>	
dan u tjednu	vrijeme održavanja
<p>Sukladno objavljenim terminima na mrežnim stranicama Odjela:  <a href="http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiteminikonzultacija/tabid/2725/Default.aspx">http://www.unizd.hr/tikz/KontaktiOdjelainastavnika/Kontaktinastavnikaiteminikonzultacija/tabid/2725/Default.aspx</a></p>	
<b>Kontakt informacije</b>	
<p><a href="mailto:krceb@unizd.hr">krceb@unizd.hr</a>          Novi kampus Sveučilišta u Zadru, kabinet broj 49. Franje Tuđmana 24i , Zadar          tel. +385 (23) 345 028 u vrijeme konzultacija</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>Obvezan je odlazak na sve oblike terenske nastave kako bi se posjetila marketinška/reklamna agencija, agencija za istraživanje tržišta, planiranje i zakup medija ili obišao teren za kvalitetniju pripremu seminarskog rada.</p> <p>Redoviti i izvanredni studenti seminarski rad izlažu na nastavi uz obveznu prezentaciju putem prezentacije, koju učitavaju na sustav za udaljeno učenje u za to predviđenom roku <b>(15.12.2018.)</b>. Upute za izradu seminarskog rada nalaze se na sustavu za udaljeno učenje.</p>