



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)*

Naziv kolegija	MARKETING U KULTURI I TURIZMU					akad. god.	2019./2020.					
Naziv studija	Poduzetništvo u kulturi i turizmu					ECTS	5					
Sastavnica	Odjel za turizam i komunikacijske znanosti											
Razina studija	<input type="checkbox"/> preddiplomski	<input checked="" type="checkbox"/> diplomski		<input type="checkbox"/> integrirani		<input type="checkbox"/> poslijediplomski						
Vrsta studija	<input type="checkbox"/> jednopredmetni <input type="checkbox"/> dvopredmetni	<input checked="" type="checkbox"/> sveučilišni		<input type="checkbox"/> stručni		<input type="checkbox"/> specijalistički						
Godina studija	<input type="checkbox"/> 1.		<input checked="" type="checkbox"/> 2.		<input type="checkbox"/> 3.		<input type="checkbox"/> 4.		<input type="checkbox"/> 5.			
Semestar	<input checked="" type="checkbox"/> zimski	<input type="checkbox"/> I.		<input type="checkbox"/> II.		<input checked="" type="checkbox"/> III.		<input type="checkbox"/> IV.		<input type="checkbox"/> V.		
	<input type="checkbox"/> ljetni	<input type="checkbox"/> VI.		<input type="checkbox"/> VII.		<input type="checkbox"/> VIII.		<input type="checkbox"/> IX.		<input type="checkbox"/> X.		
Status kolegija	<input checked="" type="checkbox"/> obvezni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij		<input type="checkbox"/> izborni kolegij koji se nudi studentima drugih odjela			Nastavničke kompetencije		<input type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE		
Opterećenje	15	P	30	S	0	V	Mrežne stranice kolegija u sustavu za e-učenje			<input checked="" type="checkbox"/> DA <input type="checkbox"/> NE		
Mjesto i vrijeme izvođenja nastave	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela: http://www.unizd.hr/tikz/izvedbeni-plan-za-akademsku-godinu-2019-2020/raspored-sati-za-akademsku-godinu-2019-2020					Jezik/jezici na kojima se izvodi kolegij					Hrvatski	
Početak nastave	02.10.2019.					Završetak nastave					22.01.2020.	
Preduvjeti za upis kolegija												
Nositelj kolegija	izv. prof. dr. sc. Božena Krce Miočić											
E-mail	kreceb@unizd.hr					Konzultacije	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela: http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija					
Izvođač kolegija	dr. sc. Gabrijela Vidić											
E-mail	gvidic@unizd.hr					Konzultacije	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela: http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija					
Suradnik na kolegiju	Šime Lugović, mag. oec.											
E-mail	slugovic@unizd.hr					Konzultacije	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela: http://www.unizd.hr/tikz/kontakti-odjela-i-nastavnika/kontakti-nastavnika-i-termini-konzultacija					
Suradnik na kolegiju												
E-mail						Konzultacije						
Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja		<input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice		<input type="checkbox"/> vježbe		<input checked="" type="checkbox"/> e-učenje		<input checked="" type="checkbox"/> terenska nastava			
	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci		<input checked="" type="checkbox"/> multimedija i mreža		<input type="checkbox"/> laboratorij		<input type="checkbox"/> mentorski rad		<input type="checkbox"/> ostalo			

* Riječi i pojmovni sklopovi u ovom obrascu koji imaju rodno značenje odnose se na jednak način na muški i ženski rod.



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

Ishodi učenja kolegija	<ul style="list-style-type: none">Objasniti temeljne pojmove istraživanjaKoristiti statističke postupke pri rješavanju problema istraživanjaRazviti anketni upitnik i druge alate za provođenje istraživanjaProvesti primarno istraživanjePokazati vještine korištenja statističkih paketa i koristiti statističke postupke pri obradi rezultata istraživanjaRazviti logički način zaključivanja na osnovu dobivenih rezultata istraživanjaInterpretirati rezultate dobivene statističkim postupcima				
Ishodi učenja na razini programa kojima kolegij doprinosi	<ul style="list-style-type: none">Analizirati i identificirati globalne i nacionalne tržišne prilike i predvidjeti buduća događanja na turističkim tržištimaPrepoznati, klasificirati i usporediti važne čimbenike makrookruženjaOblikovati i prezentirati odgovarajući destinacijski marketingOsmisliti i organizirati fundraisingPovezati korištenje različitih komunikacijsko informacijskih metoda i alata u cilju ostvarenja uspješne integrirane marketinške komunikacije u turizmu i kulturiInterpretirati i koristiti spoznaje društveno odgovornog poslovanja				
Načini praćenja studenata	<input checked="" type="checkbox"/> pohađanje nastave	<input checked="" type="checkbox"/> priprema za nastavu	<input checked="" type="checkbox"/> domaće zadaće	<input checked="" type="checkbox"/> kontinuirana evaluacija	<input type="checkbox"/> istraživanje
	<input checked="" type="checkbox"/> praktični rad	<input type="checkbox"/> eksperimentalni rad	<input checked="" type="checkbox"/> izlaganje	<input checked="" type="checkbox"/> projekt	<input type="checkbox"/> seminar
	<input checked="" type="checkbox"/> kolokvij(i)	<input checked="" type="checkbox"/> pismeni ispit	<input type="checkbox"/> usmeni ispit	<input type="checkbox"/> ostalo:	
Uvjeti pristupanja ispitu	Redovni studenti su dužni aktivno sudjelovati na ukupno 70% predavanja i seminara te redovito izvršavati obveze propisane opisom predmeta. Izvanredni studenti su dužni prisustvovati na ukupno 30% predavanja i/ili seminara i/ili konzultacija te redovito izvršavati obveze propisane opisom predmeta. Sve propisane obveze moraju biti izvršene, a oblici rada ocijenjeni do kraja ciklusa predavanja-seminara, jer se time stječe pravo izlaska na završni ispit. Studenti koji ne izvrše sve obveze, nemaju pravo izlaska na završni ispit. Temelj za utvrđivanje prisustvovanja na nastavi su Obrasci evidencije nazočnosti studenata na nastavi (1 i 2).				
Ispitni rokovi	<input checked="" type="checkbox"/> zimski ispitni rok		<input type="checkbox"/> ljetni ispitni rok	<input checked="" type="checkbox"/> jesenski ispitni rok	
Termini ispitnih rokova	Sukladno terminima navedenim na mrežnoj stranici Odjela:		http://www.unizd.hr/tikz/izvedbeni-plan-za-akademsku-godinu-2019-2020/ispitni-rokovi-za-akademsku-godinu-2019-2020		
Opis kolegija	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.				
Sadržaj kolegija (nastavne teme)	<ol style="list-style-type: none">Uvodno predavanje; Specifičnosti marketinga u neprofitnom sektoru kulture; Specifičnosti marketinga u turizmu; Podjela seminarskih radovaMarketinško okruženje – uloga državeDruštvena odgovornost marketingaIstraživanje tržišta – specifičnosti istraživanja tržišta u kulturi i turizmuSTPRazvoj marketinških strategijaKreiranje marke i imidža turističkog odredišta; I. kolokvijProizvod – UslugaCijenaKada potražnja putuje ponudiMarketinška komunikacijaMjerenje rezultata marketingaDestinacijski marketingFundraising; II. kolokvijZaključna razmatranja, evaluacijske fokus grupe, podjela potpisa				
Obvezna literatura	<ol style="list-style-type: none">Pike, S. (2010.) Marketing turističkog odredišta, M Plus d.o.o., ZagrebPavičić, J., Alfirević, N. i Aleksić, Lj. (2006.): Marketing i menadžment u kulturi i umjetnosti, Masmedia, Zagreb. – str. 150 – 208.				
Dotatna literatura	<ol style="list-style-type: none">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.				



SVEUČILIŠTE U ZADRU
UNIVERSITAS STUDIORUM IADERTINA

Obrazac 1.3.2. Izvedbeni plan nastave (*syllabus*)

	3) Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2010.): Marketing u hotelijerstvu, ugostiteljstvu i turizmu. MATE : Zagrebačka škola ekonomije i managementa, Zagreb. – bez primjera					
Mrežni izvori	https://moodle.srce.hr/2019-2020/					
Provjera ishoda učenja (prema uputama AZVO)	Samo završni ispit					
	<input type="checkbox"/> završni pismeni ispit		<input type="checkbox"/> završni usmeni ispit		<input type="checkbox"/> pismeni i usmeni završni ispit	<input checked="" type="checkbox"/> praktični rad i završni ispit
	<input type="checkbox"/> samo kolokvij/zadaće	<input type="checkbox"/> kolokvij / zadaća i završni ispit	<input type="checkbox"/> seminarski rad	<input checked="" type="checkbox"/> seminarski rad i završni ispit	<input type="checkbox"/> praktični rad	<input checked="" type="checkbox"/> drugi oblici
Način formiranja završne ocjene (%)	20% aktivno sudjelovanje na nastavi, 40% projektni zadatak, 40% pismeni ispit					
Ocjenjivanje /upisati postotak ili broj bodova za elemente koji se ocjenjuju/	0-59	% nedovoljan (1)				
	60-69	% dovoljan (2)				
	70-79	% dobar (3)				
	80-89	% vrlo dobar (4)				
	90-100	% izvrstan (5)				
Način praćenja kvalitete	<input checked="" type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini Sveučilišta <input type="checkbox"/> studentska evaluacija nastave na razini sastavnice <input checked="" type="checkbox"/> interna evaluacija nastave <input checked="" type="checkbox"/> tematske sjednice stručnih vijeća sastavnica o kvaliteti nastave i rezultatima studentske ankete <input type="checkbox"/> ostalo					
Napomena / Ostalo	<p>Sukladno čl. 6. <i>Etičkog kodeksa</i> Odbora za etiku u znanosti i visokom obrazovanju, „od studenta se očekuje da pošteno i etično ispunjava svoje obveze, da mu je temeljni cilj akademska izvrsnost, da se ponaša civilizirano, s poštovanjem i bez predrasuda“.</p> <p>Prema čl. 14. <i>Etičkog kodeksa</i> Sveučilišta u Zadru, od studenata se očekuje „odgovorno i savjesno ispunjavanje obveza. [...] Dužnost je studenata/studentica čuvati ugled i dostojanstvo svih članova/članica sveučilišne zajednice i Sveučilišta u Zadru u cjelini, promovirati moralne i akademske vrijednosti i načela. [...]</p> <p>Etički je nedopušten svaki čin koji predstavlja povredu akademskog poštenja. To uključuje, ali se ne ograničava samo na:</p> <ul style="list-style-type: none">- razne oblike prijevare kao što su uporaba ili posjedovanje knjiga, bilježaka, podataka, elektroničkih naprava ili drugih pomagala za vrijeme ispita, osim u slučajevima kada je to izrijeком dopušteno;- razne oblike krivotvorenja kao što su uporaba ili posjedovanje neautorizirana materijala tijekom ispita; lažno predstavljanje i nazočnost ispitima u ime drugih studenata; lažiranje dokumenata u vezi sa studijima; falsificiranje potpisa i ocjena; krivotvorenje rezultata ispita“. <p>Svi oblici neetičnog ponašanja rezultirat će negativnom ocjenom u kolegiju bez mogućnosti nadoknade ili popravka. U slučaju težih povreda primjenjuje se <u>Pravilnik o stegovnoj odgovornosti studenata/studentica Sveučilišta u Zadru</u>.</p> <p>U elektronskoj komunikaciji bit će odgovarano samo na poruke koje dolaze s poznatih adresa s imenom i prezimenom, te koje su napisane hrvatskim standardom i primjerenim akademskim stilom. U kolegiju se koristi Merlin, sustav za e-učenje, pa su studentima potrebni AAI računi.</p>					