

NAZIV PREDMETA		Strategije marketinga u turizmu				
Kod	EUTC03	Godina studija	1. godina sveučilišnog diplomskog studija			
Nositelj/i predmeta	Prof.dr.sc. Neven Šerić, redoviti profesor Doc.dr.sc. Ivana Kursan, docent	Bodovna vrijednost (ECTS)	5			
Suradnici	Vanjski suradnici	Način izvođenja nastave (broj sati u semestru)	P	S	V	T
			26		26	
Status predmeta	Izborni	Postotak primjene e-učenja	30 %			
OPIS PREDMETA						
Ciljevi predmeta	<ol style="list-style-type: none"> Usvojiti i ovladati metodologijom kreiranja, vrednovanja i primjene marketinških operativnih taktičkih programa, taktika i strategija u turističkom poslovanju. Steći praktično iskustvo u osmišljavanju i primjeni marketinških operativnih taktičkih programa, taktika i strategija u turističkom poslovanju. Usvojiti alate za kreiranje marketinških taktika i strategija u turističkom poslovanju. 					
Uvjeti za upis predmeta i ulazne kompetencije potrebne za predmet	Propisani Statutom Ekonomskog fakulteta, te Pravilnikom o studiju i studiranju.					
Očekivani ishodi učenja na razini predmeta (4-10 ishoda učenja)	<p>Temeljni ishod učenja:</p> <ol style="list-style-type: none"> Prosuđivati strategije marketinga i koncepte njihovog oblikovanja u cilju unapređenja poslovnih performansi turističkog subjekta. <p>Pojedinačni ishodi učenja:</p> <ol style="list-style-type: none"> Prosuditi efikasnost strategija marketinga u poslovanju turističkog subjekta i upravljanju destinacijskom ponudom. Samovrijednovati strategije marketinga u upravljanju turističkom markom. Usporediti učinkovitost strategija marketinga na različitim emitivnim turističkim tržištima. Procijeniti modele kreiranja strategija marketinga u turizmu. Vrijednovati različite taktičke marketinške alate za kreiranje strategija marketinga u turizmu. 					
Sadržaj predmeta detaljno razrađen prema satnici nastave	Predavanja		Vježbe			
	Tema	Sati	Tema	Sati		
	Uvodne naznake: primijenjene strategije marketinga u turizmu.	2	Radionica: Generiranje ideja za osmišljavanje taktika i strategije u turizmu, diskusija.	2		
	Strategija marketinga kao poluga pozicioniranja turističkog subjekta – kreiranje marketinške strategije u turizmu.	2	Praktični zadatak: primjena SWOT analize za prepoznavanje iskoristivih obilježja strategije turističkog subjekta, diskusija.	2		
Implementacija generičkih strategija marketinga u turizmu.	2	Praktični zadatak: prilagodba generičkih strategija marketinga u turizmu, diskusija.	2			

	Strategije marketinga tijekom životnog ciklusa turističkog proizvoda.	2	Radionica: Modificiranje strategije marketinga tijekom životnog ciklusa turističkog proizvoda, diskusija.	2
	Strategije diferencijacije i diverzifikacije u turizmu.	2	Praktični zadatak: primjena strategije diverzifikacije u turizmu, diskusija.	2
	Strategije rasta, segmentacije i pozicioniranja u turizmu.	2	Praktični zadatak: primjena strategije segmentacije na odabranom emitivnom turističkom tržištu, diskusija.	2
	Strategije marketinga za zrela, opadajuća i rastuća emitivna turistička tržišta.	2	Radionica: strategija marketinga u pozicioniranju turističkog proizvoda na ciljanom emitivnom turističkom tržištu, diskusija.	2
	Strategije i taktike lidera, izazivača, sljedbenika i tamponera	2	Praktični zadatak: primjeri strategija i taktika lidera i izazivača u turizmu, diskusija.	2
	Strategija diferencijacije u turizmu	2	Praktični zadatak: primjeri održive strategije diferencijacije turističkih destinacija, diskusija.	2
	Strategije upravljanja turističkom markom.	2	Priprema za eksperimentalni rad: samostalna izrada okvira strategije upravljanja određenom turističkom markom.	2
	Strategije upravljanja imidžom turističke marke.	2	Praktični zadatak: primjer strategije upravljanja imidžom marke turističke destinacije.	2
	Strategija upravljanja identitetom receptivnog subjekta.	2	Priprema za projektni rad: strategija upravljanja identitetom odabranog turističkog subjekta.	2

	Strategije nekonvencionalnog marketinga u turizmu.	2	Radionica: razrada nekonvencionalnog marketinga na poslovnom slučaju u turizmu, diskusija.	2	
Vrste izvođenja nastave:	X predavanja X seminari i radionice X vježbe <input type="checkbox"/> on line u cijelosti X mješovito e-učenje X terenska nastava		X samostalni zadaci X multimedija <input type="checkbox"/> laboratorij X mentorski rad X gosti iz prakse		
Obveze studenata	Obaveza prisustvovanja minimalno 50% predavanja i vježbi. Eksperimentalni i projektni rad su uvjet za potpis. Uvjet za reguliranje ispitne procedure je potpis. Ispitna procedura se temelji na glavnim ili opcijским ECTS bodovima navedenima u tablici praćenja rada studenata. Student treba prikupiti ukupno 5 ECTS bodova. Izvanredni student treba sudjelovati na minimalno 30 % on line vježbi. I redoviti i izvanredni studenti su dužni izraditi eksperimentalni i projektni rad i minimalno dva pozitivno ocijenjena individualna praktična zadatka ukoliko žele da im se isto prizna kao dva apsolvirana kolokvija, što je uz ostvarenih 5 ECTS bodova temelj oslobađanja od ispitne procedure.				
Praćenje rada studenata (<i>upisati udio u ECTS bodovima za svaku aktivnost tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta</i>):	Pohađanje nastave	1	Istraživanje	Praktični radovi	2
	Eksperimentalni rad	1	Referat	opcija 1	Terenska nastava i praktične terenske radionice
	Esej	opcija 1	Seminarski rad	opcija 1	Terenska istraživanja
	Kolokviji	opcija 1	Usmeni ispit	opcija 1	(Ostalo upisati)
	Pismeni ispit	opcija 1	Projektni rad	1	(Ostalo upisati)
Ocjenjivanje i vrjednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu	Tijekom semestra studenti mogu izraditi više praktičnih radova. Eksperimentalni i projektni rad su uvjet za potpis. Nedostajući broj ECTS bodova se može nadoknaditi opcijским ECTS bodovima u dogovoru s predmetnim nastavnikom. Ispitnu proceduru predmetni nastavnik provodi samostalno. Bodovni pragovi i odgovarajuće ocjene za pisane radove i sve pisane provjere znanja: 0-49 nedovoljan (1) 50-65 dovoljan (2) 66-75 dobar (3) 76-85 vrlo dobar (4) 86-100 izvrstan (5) Ispit se smatra položenim ako je student pohađao 50% predavanja i vježbi (osim ako posjeduje rješenje koje mu opravdava neprisustvovanje nastavi – Odluka prodekana za nastavu, Potvrda koordinatorice za Erasmus i sl.), te ako je temeljem pozitivno ocijenjenih pisanih uradaka i provjera znanja ispunio kriterije za 5 ECTS bodova. Ukoliko student nije ispunio 5 ECTS bodova u dogovoru s predmetnim nastavnikom ima mogućnost ostvarivanja opcijских ECTS bodova. Konačna ocjena se formira kao prosječna ocjena svih ostvarenih pojedinačnih ocjena uz napomenu da se kolegij smatra položenim za studente koji nisu tijekom semestra izradili projektni i eksperimentalni rad i minimalno 1 zadatak tek uz ostvarenu pozitivnu ocjenu usmenog ispita.				
Obvezna literatura (dostupna u knjižnici i putem ostalih medija)	Naslov			Broj primjeraka u knjižnici	Dostupnost putem ostalih medija
	Autorizirana predavanja i nastavni materijali na moodle stranicama kolegija			-	da (moodle)

	Šerić, N., Uglešić, D., Metličić, D. <i>Primijenjene strategije marketinga u turizmu</i> (znanstvena knjiga u tisku), Redak Split 2022.	10	-
Dopunska literatura	<p>Šerić, N., Vitner Marković, S., Rakušić Cvrtak, K. <i>Brendiranje za poduzetnike</i>, Redak Split 2017.</p> <p>Šerić, N., Melović, B., Perišić M. <i>Upravljanje markom u poduzetništvu</i>, Redak Split 2019.</p> <p>Šerić, N., Peronja, I., Marušić, F. <i>Upravljanje razvojem specijaliziranog turističkog proizvoda</i>, Redak Split, 2020.</p> <p>Šerić, N. Branding strategy for specialized tourist product, <i>Advances in management</i> Vol. 7(1) January 2014, str. 8 – 12</p> <p>Šerić, N., Mihanović, A., Tolj, A. (2020), Model for the Development of a SpecIALIZED Dark Tourist Product, <i>Transactions on Maritime Science Journal</i> Vol 9 No 2 (2020) October 2020, pp. 324-330</p> <p>Jerkić, I., Šerić, N. (2014), Applicability of guerrilla marketing in e-business, 15.th Paneuropean shipping conference 2014, CD rom ISSN 1847-0106, Hrvatsko švicarsko društvo Split</p> <p>Šerić, N., Uglešić, D., The marketing strategies for market niches during recession, <i>Proceedings of the 3rd REDETE Conference 2014</i>, pp. 327-335</p> <p>Šerić, N., Luković, T. Modeling of the marketing strategy on tourism destination with a special ambience value, <i>Proceedings International Tourism Research Conference "Sustainable Tourism Development"</i> Stockholm 2009.</p> <p>Šerić, N., Perišić, M. (2012), Branding Strategy for Specialist Tourism Products, u <i>Cruise Tourism and Society: A Socio-economic Perspective</i>, Springer-Verlag Berlin Heidelberg (ed. Papathanassis, Lukovic, Vogel), pp. 39–46</p> <p>Šerić, N., Perišić, M., Maljić, V. (2010), Modelling of marketing strategies for the single markets vs marketing strategy for the global market: case study mobiExplore, <i>Perspectives of Innovations, Economics & Business</i>, Volume 4 Issue 1 2010, pp. 63-66, ISSN 1804-0527, PIEB, Praha, Czech Republic</p> <p>WEB portali: https://turizam24.com/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=pregled_dana_05102020&utm_term=2020-10-05 https://www.turizmoteka.hr/vijesti/hrvatska/ https://www.facebook.com/people/%C4%90uro-Tomljenovi%C4%87/100011651971462 Poslovni slučajevi i vijesti s raznih inozemnih portala Poslovni slučajevi iz raznih domaćih i inozemnih izvora</p>		
Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje utvrđenih ishoda učenja	<ul style="list-style-type: none"> • Praćenje pohađanja nastave i uspješnosti izvršenja ostalih obveza studenata od strane nastavnika; • Nadzor izvođenja nastave od strane kolega i prodekana za nastavu po potrebi • Analiza uspješnosti studiranja po svim predmetima studija • Studentska anketa o kvaliteti nastavnika i nastave za svaki predmet studija (UNIST, Centar za unaprjeđenje kvalitete) • Izradom predviđenih pismenih uradaka i ispitnom procedurom koju provodi predmetni nastavnik provjeravaju se svi ishodi učenja predmeta. Periodično se vrši provjera sadržaja kolegija, praktičnih zadataka, ispita, temeljem koje se utvrđuje primjerenost načina provjeravanja ishoda učenja (prodekan za nastavu). 		
Ostalo (prema mišljenju predlagatelja)	Mogućnost sudjelovanja zainteresiranih studenata u praktičnim studentskim projektima. Susreti s ovlaštenim predstavnicima turističkih subjekata radi povezivanja (stručna praksa, volontiranje i sezonski rad u turizmu) na području Županije.		