



## Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta Sunositelj predmeta	izv. prof. dr. sc. Lorena Bašan	
Naziv predmeta	<b>MARKETING U ODJELU HRANE I PIĆA</b>	
Vrsta programa	Specijalista odjela hrane i pića	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja polaznika <sup>a, b, c</sup>	2,5
	Broj sati	10

### 1. OPIS PREDMETA

#### 1.1. Ciljevi predmeta

- značaj marketinga u animiranju potencijalnih korisnika hrane i pića
- marketinško istraživanje potražnje hrane i pića
- marketing u oblikovanju hrane i pića
- marketinška prezentacija hrane i pića
- marketing u promociji hrane i pića
- marketing u plasmanu hrane i pića
- marketing u formiranju cijena hrane i pića
- marketinško komuniciranje s tržištem
- marketing u stvaranju javnog imagea o hrani i piću
- upravljanje marketingom hranom i pićima
- suradnja službe marketinga s osobljem kuhinje i restorana

#### 1.2. Uvjeti za upis predmeta

SSS, majstor kuhar-konobar-slastičar, VŠS, VSS

#### 1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Polaznik stječe teorijska i praktična znanja, te vještine kroz :

- razvijanje marketinških sposobnosti u oblikovanju ponude hrane i pića
- razvijanju marketinških vještina u prezentaciji ponude hrane i pića
- u poznavanju marketinške komunikacije sa korisnicima usluga hrane i pića
- reagiranje na eventualne primjedbe gostiju na ponudu i usluge hrane i pića
- povezivanje osoblja kuhinje i restorana sa službom marketinga ili marketing menadžerom

#### 1.4. Sadržaj predmeta

MARKETING U FORMIRANJU PONUDE HRANE I PIĆA: istraživanje potražnje, formiranje ponude, prezentacija ponude, konkurentnost ponude, kriza u plasmanu ponude i modifikacija ponude hrane i pića

MARKETING KOMUNICIRANJE UGOSTITELJSKIH OBJEKATA S TRŽIŠTEM: značenje marketing komuniciranja, proces marketing komuniciranja, ciljevi marketing komuniciranja, sadržaj i putevi marketing komuniciranja.

PROMOCIJSKI MIKS KAO SREDSTVO MARKETING KOMUNICIRANJA: ugostiteljska promidžba, osobna promocija i prodaja, unapređenje prodaje ugostiteljskog proizvoda, prezentacija hrane i pića i medijsko predstavljanje hrane i pića.

MARKETING STRATEGIJA PRODAJE HRANE I PIĆA: segmentacija tržišta, pozicioniranje ugostiteljskog proizvoda na tržištu.

MARKETING AKTIVNOST UGOSTITELJSKOG OBJEKTA: marketing miks u ugostiteljstvu, marketing kao poslovna koncepcija ugostiteljskog objekta, marketing aktivnosti ugostiteljskog objekta i značaj međunarodnog marketinga u plasmanu hrane i pića.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na daljinu <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo <hr style="width: 100%;"/>
------------------------------	---	---

1.6. Komentari

1.7. Obveze polaznika

Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u izvođenju seminara pri Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, završni usmeni ispit

1.8. Praćenje rada studenata

Pohađanje nastave	x	Aktivnost u nastavi	x	Seminarski rad	x	Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	x	Usmeni ispit	x	Esej	x	Istraživanje	
Projekt		Kontinuirana provjera znanja	x	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

1.9. Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu

Pohađanje nastave donosi max 20/100 bodova, seminarski rad max 40/100 bodova, kontinuirana provjera znanja max 20/100 i završni usmeni ispit max 20/100 bodova

1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)

1. Berc Radišić, B. : Marketing u hotelijerstvu, Drugo izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija 2004.
2. Berc Radišić, B. : Promocija u hotelijerstvu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija 2005.

1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga programa)

1. Senečić, J. Vukonić, B. : Marketing u turizmu, Mikrorad, Zagreb 1997
2. Raza, I. : Pune postelje, marketing u turizmu, hotelijerstvu i ugostiteljstvu, M PLUS d.o.o., Zagreb 2006.

1.12. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija

Anketiranje polaznika o organiziranosti izvođenja nastave, cjelovitosti nastavnih sadržaja, literaturi i sredstvima za učenje, uvođenju novih pristupa i oblika izvođenja i unaprjeđenja nastave, ispitima, radnoj komunikaciji s nastavnikom, informiranosti polaznika o predmetu, mogućnost utjecaja polaznika na sam sadržaj predmeta i metodologiju izvođenja nastave