

DETALJNI IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA

| OPĆE INFORMACIJE | | |
|---|--|--|
| Naziv predmeta | Strateški marketing u turizmu | |
| Studijski program | Marketing u turizmu | |
| Smjer | | |
| Godina studija | 1. godina, I semestar | |
| Status predmeta | Obvezni | |
| Mogućnost izvođenja nastave na engleskom jeziku | Ne | |
| Mrežna stranica predmeta | https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=135229 (redoviti studij) https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=141507 (izvanredni studij) | |
| Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave | ECTS koeficijent opterećenja studenata | 6 ECTS-a |
| | Broj sati (P+V+S) | 30+0+30 |
| Nositelj predmeta | Ime i prezime | Prof.dr.sc. Lorena Bašan |
| | Kabinet | 203 |
| | Konzultacije OPATIJA: OPATIJA: Utorak 9,00 – 11,00 Srijeda 15,00 – 17,00 | |
| | Telefon | 051/294-883 |
| | e-mail | lorenab@fthm.hr |
| | Suradnik na predmetu | |
| | Ime i prezime | doc.dr.sc. Ana Čuić Tanković |
| | Kabinet | 303 |
| | Konzultacije OPATIJA, redoviti studij: Utorak, 10:30-12:30 Utorak, 16:00-18:00 | |
| | Telefon | 051/294-759 |
| | e-mail | anact@fthm.hr |
| | OPIS PREDMETA | |
| Ciljevi predmeta | | |
| Cilj predmeta je upoznati studente sa specifičnim marketinškim znanjima potrebnim za razumijevanje strateškog planiranja marketinških aktivnosti u turizmu, te da stečena znanja primijene u konkretan marketinški kontekst na turističkom tržištu. | | |
| Očekivani ishodi učenja za predmet | | |
| Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban: <ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretirati temeljne pojmove koji se vezuju uz strateško upravljanje marketingom u turizmu 2. Razlikovati čimbenike strateške analize marketinškog okruženja u turizmu i izvršiti analizu snaga i slabosti 3. Opisati pojmove u izgradnji strategije marketinga i interpretirati ih | | |

4. Razlikovati strategije marketinga u turizmu i interpretirati primjerenu strategiju za ostvarivanje postavljenih ciljeva i razviti miksa taktika marketinga
5. Interpretirati mjerila za praćenje uspješnosti implementacije plana marketinga
6. Sastaviti i prezentirati plan marketinga konkretnog turističkog gospodarskog subjekta ili turističke destinacije
7. Na primjerima iz prakse analizirati problem i predložiti odgovarajuća rješenja problemskih situacija.

Vrste izvođenja nastave

Predavanja, projektni zadaci, poslovni slučajevi i usmena izlaganja

Obveze studenata i način vrednovanja obveza (povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja)

| <i>Vrsta aktivnosti</i> | <i>ECTS dodijeljen aktivnosti</i> | <i>Ishod učenja</i> | <i>Aktivnost studenta</i> | <i>Metoda ocjenjivanja</i> | <i>Bodovi (maximum po vrijednosti)</i> |
|---------------------------------------|--|----------------------------|---|--|---|
| Pohađanje nastave | 2,0 | 1-7 | Prisustvo: >75% | Evidencija prisutnosti na nastavi | |
| Aktivnost na nastavi | 0,1 | 7 | Samostalni zadatak na satu | Ocjena točnosti odgovora na pitanja vezana uz primjenu strateškog marketinga u hotelskom poduzeću | 3 |
| Projektni zadatak i njegovo izlaganje | 1,0 | 6 | Razumijevane teorijskog dijela gradiva, aplikacija na odabranom primjeru hrvatske turističke destinacije, te usmeno izlaganje | Pismeni dio (Izrada projektnog zadatka u propisanom obrascu i prema Uputama za projektni zadatak) | 7 |
| | | | | Usmeni dio (Izrada Power Point prezentacije i usmeno izlaganje temeljem izrađene Power Point prezentacije) | 5 |
| Poslovni slučaj | 0,4 | 2,3,4,5 | Individualna obrada poslovnog slučaja | Pismeni dio (Izrada Power Point prezentacije temeljem strateškog marketinškog plana svjetske turističke destinacije) | 4 |
| | | | | Usmeni dio (usmeno izlaganje temeljem izrađene Power Point prezentacije) | 3 |

| | | | | | |
|--|----------|-----|--|---|-----|
| Kontinuirana provjera znanja (kolokviji) | 1,5 | 1-7 | Priprema za periodičnu provjeru znanja | 0-24 boda po kolokviju, ovisno o stupnju točnosti | 48 |
| Završni ispit | 1,0 | 1-7 | Priprema za završni ispit | 0-30 bodova, ovisno o stupnju točnosti | 30 |
| Ukupno ECTS | 6 | | | Ukupno bodovi | 100 |

Napomene i opis aktivnosti

Uvjet za pristupanje završnom ispitu redovitim studentima je minimalno ostvareno 75% prisustva na nastavi. Završnom ispitu može pristupiti student koji je tijekom nastave ostvario 35% i više ocjenskih bodova.

Projektni zadatak obuhvaća analizu odabrane hrvatske turističke destinacije u paru, kroz dva dijela u kojima je potrebno aplicirati stečeno teoretsko marketinško znanje na turističku destinaciju. Pismeni dio (7 %) sastoji se od analize destinacije u propisanom obrascu i prema Uputama za projektni zadatak. Usmeno izlaganje (5 %) sastoji se od izrade Power Point prezentacije i usmenog izlaganja izrađene prezentacije prema rasporedu objavljenom na Merlinu. Pismeni dio predaje se prema utvrđenom rasporedu objavljenom na Merlinu, gdje je i objavljena dinamika prezentiranja projektnog zadatka.

Poslovni slučaj obuhvaća individualnu evaluaciju strateškog marketinškog plana svjetske turističke destinacije. Pismeni dio (4 %) sastoji se od analize i evaluacije strateškog dokumenta turističke destinacije u obliku Power Point prezentacije. Usmeno izlaganje (3 %) sastoji se od usmenog izlaganja temeljem izrađene prezentacije prema rasporedu objavljenom na Merlinu. Pismeni dio predaje se prema utvrđenom rasporedu objavljenom na Merlinu, gdje je objavljen raspored prezentiranja poslovnog slučaja.

Aktivnost na nastavi (3 %) predviđena je u obliku teksta iz prakse koji se dodjeljuje studentima na satu. Primjer iz prakse potrebno je individualno obraditi i odgovoriti na postavljena pitanja, iznoseći svoje argumente, mišljenja i zaključke vezano za primjenu strateškog marketinga u hotelskom poduzeću.

Kolokviji se održavaju u pismenom obliku, a sastoje se od 12 pitanja, odnosno od 9 pitanja zatvorenog tipa i 3 otvorena pitanja, a čije su vrijednosti podjednako distribuirane u bodovnoj vrijednosti kolokvija. Zatvorena pitanja imaju šest ponuđenih odgovora sa jednim točnom odgovorom. Kod otvorenih pitanja potrebno je pojedine pojmove opisati, objasniti, definirati i slično. Termini pisanja kolokvija objavljuju se na merlinu.

Završni ispit sastoji se od 10 pitanja, odnosno od 5 pitanja zatvorenog tipa i 5 otvorenih pitanja, a čije su vrijednosti jednako distribuirane u bodovnoj vrijednosti kolokvija. Zatvorena pitanja imaju šest ponuđenih odgovora sa jednim točnom odgovorom. Kod otvorenih pitanja potrebno je pojedine pojmove opisati, objasniti, definirati i slično. Završni ispit se boduje prema Pravilniku o ocjenjivanju. Termini pisanja završnog ispita objavljuju se na stranicama fakulteta.

Kolokviji i završni ispit pripremaju se iz obvezne literature i Power Point prezentacija sa predavanja kao e-materijala, koje su dostupne putem sustava Merlin.

Sustav ocjenjivanja

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata na FMTU.

LITERATURA

Obvezna literatura

1. Renko, N. (2009). Strategije marketinga (2. izd.). Zagreb: Naklada Ljevak.
2. Senečić, J. & Grgona, J. (2006). Marketing menadžment u turizmu. Zagreb: Mikrorad.

Dopunska literatura

1. Pavičić, J., Gnjidić, V. & Drašković, N. (2014). Osnove strateškog marketinga. Zagreb: Školska knjiga.
2. Pavičić, J. (2003). Strategija marketinga neprofitnih organizacija. Zagreb: Masmedia.
3. Mullins, J.W., Walker Jr., O.C., Boyd Jr., H.W. & Larreche, J.C. (2005). Marketing management: A strategic decision making approach (5th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
4. Renko, N., Deliće, S. & Škrtić, M. (1999). Benchmarking u strategiji marketinga. Zagreb: MATE.

Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta

Kvaliteta održane nastave prati se u skladu s aktima Sveučilišta u Rijeci. U zadnjim tjednima nastave tekućega semestra provodit će se anonimna anketa u kojoj će studenti evaluirati kvalitetu održane nastave iz ovog predmeta.

ISPITNI ROKOVI

Raspored ispitnih rokova dostupan je na linku: <https://www.fthm.uniri.hr/studiji/diplomski-sveucilisni-studij/ispiti>

DODATNE INFORMACIJE O PREDMETU

Način informiranja studenta

Studenti dobivaju obavijesti o kolegiju putem sustava Merlin i mrežnih stranica Fakulteta <https://www.fthm.uniri.hr/>,
Redovita informiranost je osobna odgovornost studenta.

RASPORED NASTAVE

REDOVITI STUDIJ

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

| R. br. | Datum / vrijeme od – do / dvorana | Vrsta i oblik nastave | Tema | Grupa | Izvoditelj |
|--------|-----------------------------------|-----------------------|---|-------|------------------|
| 1. | 4.10.2022. 11:15-12:45 | P | Uvodno predavanje – uvodne informacije o kolegiju Specifična obilježja turističkog tržišta i značajke strateškog upravljanja marketingom u turizmu | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Uvod u seminarsku nastavu – uvodne informacije | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 2. | 11.10.2022. 11:15-12:45 | P | Upravljanje marketingom i održivost u marketingu turističke destinacije | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Upute za izradu poslovnog slučaja i prijava tema poslovnog slučaja (PS) | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 3. | 18.10.2022. 11:15-12:45 | P | Marketinško planiranje i strateški marketinški plan | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Upute za izradu projektnog zadatka i prijava tema projektnog zadatka (PZ) | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 4. | 25.10.2022. 11:15-12:45 | P | Osnovni pojmovi u izgradnji strategije marketinga - misija, vizija ciljevi i održiva konkurentna prednost | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije poslovnog slučaja – 1. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 5. | 5.11.2022. | P | Sredstva potpore za izgradnju marketinške | MAUT | L. Bašan |

| | | | | | |
|-----|--|---|--|------|---------------------|
| | 11:00-12:30 12:30-14:00 Dvorana C1 | | strategije | | |
| | | S | Prezentacije poslovnog slučaja – 2. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 6. | 8.11.2022. 11:15-12:45 | P | Strateške analize unutarnjih čimbenika | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije poslovnog slučaja – 3. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 7. | 15.11.2022. 11:15-12:45 | P | Strateške analize vanjske marketinške situacije | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije projektnog zadatka 1. dio – 1. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 8. | 22.11.2022. 11:15-12:45 | P | Ponašanje potrošača u turizmu | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Pismena provjera znanja: 1. kolokvij | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 9. | 29.11.2022. 11:15-12:45 | P | Marketinški informacijski sustavi i istraživanja u turizmu; Segmentacija, odabir i pozicioniranje na turističkom tržištu | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije projektnog zadatka 1. dio – 2. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 10. | 6.12.2022. 11:15-12:45 | P | Politika proizvoda i upravljanje cijenama u turizmu | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije projektnog zadatka 1. dio – 3. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 11. | 13.12.2022. 11:15-12:45 | P | Distribucija i integrirana marketinška komunikacija u turizmu | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Aktivnost na nastavi – individualni zadatak na satu | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 12. | 20.12.2022. 11:15-12:45 | P | Izbor strategije marketinga; Organizacija i kontrola marketinških aktivnosti u turizmu | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije projektnog zadatka 2. dio – 1. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 13. | 10.1.2023. 11:15-12:45 | P | Primjena i vrednovanje strategije marketinga u turizmu | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije projektnog zadatka 2. dio – 2. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 14. | 17.1.2023. 11:15-12:45 | P | Primjeri strateškog marketinškog planiranja u turističkim destinacijama | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Prezentacije projektnog zadatka 2. dio – 3. grupa | MAUT | A. Čuić Tanković |
| 15. | 24.1.2023. 11:15-12:45 | P | Ponavljanje gradiva za završni ispit | MAUT | L. Bašan |
| | 12:45-14:15 Dvorana C1 | S | Pismena provjera znanja: 2. kolokvij | MAUT | A. Čuić Tanković |

IZVANREDNI STUDIJ OPATIJA

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

| R.br. | Datum / vrijeme od – do / dvorana | Vrsta i oblik nastave | Tema | Izvoditelj |
|-------|-----------------------------------|-----------------------|------|------------|
|-------|-----------------------------------|-----------------------|------|------------|

| | | | | |
|----|--|----------|--|----------|
| 1. | 12.10.2022. 16:30:18:30 | P online | Uvodno predavanje – uvodne informacije o kolegiju 1. Specifična obilježja turističkog tržišta i značajke strateškog upravljanja marketingom u turizmu 2. Upravljanje marketingom i održivost u marketingu turističke destinacije 3. Marketinško planiranje i strateški marketinški plan | L. Bašan |
| | 18:30-21:00 | S online | Uvod u seminarsku nastavu – uvodne informacije Upute za izradu poslovnog slučaja i prijava tema poslovnog slučaja (PS) | L. Bašan |
| 2. | 2.11.2022. Dvorana B1 16:30-18:30 | P onsite | 4. Osnovni pojmovi u izgradnji strategije marketinga - misija, vizija ciljevi i održiva konkurentska prednost 5. Sredstva potpore za izgradnju marketinške strategije 6. Strateške analize unutarnjih čimbenika | L. Bašan |
| | 18:30-21:00 | S onsite | Upute za izradu projektnog zadatka i prijava tema projektnog zadatka (PZ) | L. Bašan |
| 3. | 23.11.2022. Dvorana B1 16:30-18:30 | P onsite | 7. Strateške analize vanjske marketinške situacije 8. Ponašanje potrošača u turizmu 9. Marketinški informacijski sustavi i istraživanja u turizmu; Segmentacija, odabir i pozicioniranje na turističkom tržištu | L. Bašan |
| | 18:30-21:00 | S onsite | Pismena provjera znanja: 1. kolokvij | L. Bašan |
| 4. | 14.12.2022. 16:30-18:30 | P online | 10. Politika proizvoda i upravljanje cijenama u turizmu 11. Distribucija i integrirana marketinška komunikacija u turizmu 12. Izbor strategije marketinga; Organizacija i kontrola marketinških aktivnosti u turizmu 13. Primjena i vrednovanje strategije marketinga u turizmu | L. Bašan |
| | 18:30-21:00 | S online | Izlaganja poslovnih slučajeva | L. Bašan |
| 5. | 18.1.2023. Dvorana B7 16:30-18:30 | P onsite | Aktivnost na nastavi – individualni zadatak na satu Usustavljanje gradiva za završni ispit | L. Bašan |
| | 18:30-21:00 | S onsite | Pismena provjera znanja: 2. kolokvij Izlaganja projektnih zadataka | L. Bašan |