



## Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Lidija Bagarić	
Naziv predmeta	Marketing u hotelijerstvu	
Studijski program	Preddiplomski sveučilišni studij „Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu“	
Status predmeta	Izborni	
Godina	3.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	3 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	30 (15+0+15)

### 1. OPIS PREDMETA

#### 1.1. Ciljevi predmeta

Cilj ovog predmeta je upoznavanje studenata s primjenom koncepcije marketinga u hotelijerstvu, kao temeljnog segmenta turističkog gospodarstva. Cilj je da studenti razumiju i pravilno interpretiraju koncepciju marketing miksa u hotelijerstvu i da su u mogućnosti primijeniti proces istraživanja i definiranja segmenata na tržištu te da razumiju važnost planiranja, organiziranja i kontrole marketinških aktivnosti u hotelijerstvu.

#### 1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

#### 1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

1. Pravilno interpretirati koncepciju marketing miksa u hotelijerstvu
2. Objasniti proces istraživanja turističkog tržišta te definirati i analizirati segmente na turističkom tržištu
3. Oblikovati hotelski proizvod uz prijedlog njegovog plasmana na tržište
4. Izraditi plan promocije za hotelski objekt
5. Razumjeti važnost planiranja, organiziranja i kontrole marketinških aktivnosti u hotelijerstvu

#### 1.4. Sadržaj predmeta

Marketing usluga. Turistička ponuda i potražnja. Turističko tržište. Segmentacija turističkog tržišta, odabir ciljnog tržišta i pozicioniranje. Marketinško istraživanje tržišta hotelskog proizvoda. Marketing miksa u hotelijerstvu – hotelski proizvod – cijena hotelskog proizvoda – distribucijski kanali – promoviranje hotelskog proizvoda. Unutarnji marketing. Destinacijski hotelski marketing. Upravljanje hotelskim marketingom.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input type="checkbox"/> vježbe <input checked="" 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
------------------------------	--	---

#### 1.6. Komentari

#### 1.7. Obveze studenata



Proizlaze iz praćenja rada studenata na predmetu.

**1.8. Praćenje<sup>1</sup> rada studenata**

Pohađanje nastave	1	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Ekperimentalni rad	
Pismeni ispit	0,5	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	
Projektni zadatak	0,7	Kontinuirana provjera znanja	0,8	Referat		Praktični rad	
Portfolio							

**1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu**

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.

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

1. Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C. (2010). Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu. Zagreb: MATE.

**1.1. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)**

1. Šerić, N., Jakšić Stojanović, A. & Jerkunica, A. (2019). Upravljanje marketingom hotela. Split: Redak, Aspira.
2. Berc Radišić, B. (2004). Marketing u hotelijerstvu. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment.

**1.2. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu**

Naslov	Broj primjeraka	Broj studenata
Kotler, P., Bowen, J.T. & Makens, J.C. (2010). Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu. Zagreb: MATE.	20	

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

Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.

<sup>1</sup> **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.