|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Студијски програм: OАС Туризам** | | | | | | |
| **Назив предмета:** Маркетинг у туризму и угоститељству | | | | | | |
| **Наставник/наставници:** [Невена Ј. Ћурчић](../../Standard%209/Tabela%209.1a%20-%20Knjiga%20nastavnika/Ćurčić%20Nevena.docx) | | | | | | |
| **Статус предмета**: Обавезан на модулима Т, ЛТ, Х, Г | | | | | | |
| **Број ЕСПБ**: 7 | | | | | | |
| **Услов:** / | | | | | | |
| **Циљ предмета**  Стицање знања студената из области основа маркетинга, као и примењеног маркетинга у туризму и угоститељству. Проучавањем овог предмета тежи се да студенти систематизују знања са становишта различитих димензија маркетинга: маркетинг као научна дисциплина (научна димензија), маркетинг као савремена бизнис оријентација (пословно­-управљачка димензија), маркетинг и привреда (економско-привредна димензија), маркетинг и друштво (друштвено-морална димензија). | | | | | | |
| **Исход предмета**  По завршетку курса студенти су овладали теоријским и практичним знањима из области маркетинга која се односе на анализирање и вредновање основних инструмената маркетинг микса, као и специфичних облика маркетинга. Студенти су опособљени да идентификују, процене и анализирају конкретне алате маркетинга, да упоређују поједине маркетинг стратегије у туризму, да конструишу и спроводе анкетна истраживања на тржишту, као и да аргументују план промоције. | | | | | | |
| **Садржај предмета**  *Теоријска настава*  У оквиру изучавања овог предмета посебно се наглашавају: појам и карактеристике туристичког тржишта, примена маркетинг концепције у туризму, маркетинг информациони систем у туризму, инструменти маркетинг микса у туризму, маркетинг стратегије, маркетинг планирање, маркетинг контрола, посебни аспекти примене маркетинга у туризму. Управљање маркетинг активностима је потребно како би дошло до сатисфакције потрошача путем процеса размене. Изучавање проблематике на овом предмету полази од тога да се маркетинг у туризму може посматрати као: пословна концепција, пословна функција, управљачки процес, економски процес и друштвени процес.  *Практична настава*  На примерима решавање проблема везаних за доношење маркетинг одлука у правцу стварања новог туристичког производа и иновирања постојећег, одређивања оптималних канала продаје, спровођења политике промоције и пропаганде, доношења одлука политиком цена, избора сегмената и тржишних ниша студенти ће стећи потребне вештине за самосталан рад. | | | | | | |
| **Литература**  *Основна литература:*   1. Котлер Ф., Боуен Џ., Макенс Џ., Балоглу С. (2019). Маркетинг у угоститељству, хотелијерству и туризму. Економски факултет ЦИД, Београд. 2. Ћурчић, Н. (2022). Маркетинг у туризму и угоститељству, практикум. Природно-математички факултет, Нови Сад.   *Допунска литература:*   1. Ћурчић, Н. (2010). Квалитативна оцена средстава туристичке пропаганде и примењеног картографског материјала у функцији унапређења промотивних активности у туризму. Природно-математички факултет, Нови Сад. | | | | | | |
| **Број часова активне наставе:**  5 | | **Теоријска настава:**  3 | | **Практична настава:**  2 +1+0 | |  |
| **Методе извођења наставе**  Фронтални и индиректни облици. Метода усменог излагања, метода разговара, текстуална метода, илустративно-демонстративна метода и др. Посета предузећима или гостовање стручњака који примењују маркетинг у туризму. Самостално проналажење и обрада стручног материјала, квантитативно-квалитативна анализа, израда пројеката везаних за истраживања тржишта у туризму и за план промотивних активности привредних субјеката, држање излагања уз контролу предметног професора и асистента. | | | | | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** | | | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | **поена** | | **Завршни испит** | | **поена** | |
| активност у току предавања | **0-5** | | писмени испит | |  | |
| активност у току вежби/ практична настава | **0-5** | | усмени испит | | **30-50** | |
| колоквијум | **0-20** | | *..........* | |  | |
| семинар-и | **0-20** | |  | |  | |