

## Спецификација предмета за књигу предмета

<b>Студијски програм</b>		Економија и туризам	
<b>Изборно подручје (модул)</b>		Заједнички	
<b>Врста и ниво студија</b>		Основне струковне студије	
<b>Назив предмета</b>		<b>Маркетинг у туризму</b>	
<b>Наставник (за предавања)</b>		Тошић Т. Виолета, Ђурић Д. Миленко	
<b>Наставник/сарадник (за вежбе)</b>		Вучковић М. Јелисавета, Лазаревић Н. Сања	
<b>Наставник/сарадник (за ДОН)</b>			
<b>Број ЕСПБ</b>	6	<b>Статус предмета (обавезни/изборни)</b>	Обавезни
<b>Услов</b>			
<b>Циљ предмета</b>	Предмет истражује савремене аспекте маркетинга и у вези са тим маркетинг концепције која је неизоставан и саставни део савременог пословања и односа на глобалном тржишту. Циљ предмета је да се посебна пажња усмери ка специфичностима и карактеристикама маркетинга у оквиру туризма и туристичких делатности, а у складу са специфичностима које туризам као делатност и поједине делатности у оквиру туризма имају у односу на остале делове савременог тржишта и односе који су успостављени у оквиру њега. Поред тога предмет је усмерен и ка изучавању савремених трендова у оквиру маркетинга и маркетинга у туризму који се огледају у све снажнијој примени информационих технологија у оквиру маркетинга и употреби појединих маркетинг техника.		
<b>Исход предмета</b>	Разумевање концепта тржишног пословања, упознавање студената са карактеристикама маркетинга као тржишно усмерене пословне концепције у туризму, могућност критичког анализирања постојећих знања из ове области, стицање знања и вештина у вези са организацијом планирања маркетинга у туризму, оспособљавање студената за доношење одлука стратегијског и тактичког карактера, разумевање специфичних аспеката примене маркетинга у туризму, у односну на поједине врсте предузећа, туристичке дестинације и ниво пословања.		
<b>Садржај предмета</b>			
<b>Теоријска настава</b>	Појам маркетинга и маркетинг концепције; појам маркетинг микса и његова еволуција; примена маркетинг концепције у туризму; структура маркетинг информационог система у туризму; истраживање туристичког тржишта; управљање маркетинг активностима у туризму; формулисање маркетинг стратегије; карактеристике и специфичности инструменти маркетинг микса у туризму, посебни аспекти примене маркетинга у туризму (мирко и макро ниво); савремене тенденције у маркетинг наступу на туристичком тржишту; WEB 2.0 и WEB 3.0 као платформе за маркетинг активности у туризму.		
<b>Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)</b>			
<b>Литература</b>			
1	Ј. Попеску: Маркетинг у туризму, Висока туристичка школа струковних студија, Београд, 2009.		
2	др Виолета Тошић, Маркетинг у туризму, Висока туристичка школа, 2013.		

3	Kotler P., Bowen J.T., Makens J., Marketing for Hospitality & Tourism (6th Edition), Prentice Hall, 2013.			
4	Holloway J.C., Marketing for Tourism 4th Edition, Financial Times Management, 2004.			
5	Goodall B., Ashworth G., Marketing in the Tourism Industry (RLE Tourism): The Promotion of Destination Regions. Routledge, 2014.			
<b>Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године</b>				
<b>Предавања</b>	<b>Вежбе</b>	<b>ДОН</b>	<b>Студијски истраживачки рад</b>	<b>Остали часови</b>
3	1			
<b>Методе извођења наставе</b>	Градиво ће бити презентовано путем презентација у Microsoft у PowerPoint-у. Предавања су базирана на примерима из литературе и праксе. Провера знања врши се путем колоквијума и презентације и одбране семинарског рада, током семестра и полагањем завршног испита.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>				
<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>	
активност у току предавања	10	писмени испит	/	
практична настава	/	усмени испит	60	
колоквијуми	20			
семинари	10			