

Студијски програм/студијски програми : Дипломирани туризмолог			
Врста и ниво студија: Основне академске студије			
Назив предмета: Маркетинг у туризму (Т302)			
Наставник (Име, средње слово, презиме): др Невена, Ј. Ћурчић			
Статус предмета: Обавезан заједнички предмет			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: Нема			
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 Студенти треба да овладају теоријским и практичним знањима из области маркетинга у туризму. Акценат је стављен на решавање конкретних проблема са којима се суочавају туристи у систему потрошње, као и предузећа у вези свог тржишног наступа, промоције и продаје производа.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> 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. <i>Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад</i> 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 1. Ћурчић, Н. (2008): Маркетинг у туризму и угоститељству, неауторизована скрипта, Природно-математички факултет, Нови Сад <i>Допунска литература</i> 2. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2011): Маркетинг у угоститељству, хотелијерству и туризму, Мате, Загребачка школа економије и менаџмента, Загреб 3. Kotler, P. (2005): Управљање маркетингом, Мате, Загреб. 4. Ћурчић, Н. (2010): Квалијативна 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 (75)
Предавања: 3	Вежбе: 2	Други облици наставе: -	Студијски истраживачки рад: -
			Остали часови
Методе извођења наставе Предавања, презентације преко компјутера, коришћење Интернета, излагање семинарских радова, практична настава у предузећима.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	0-5	писмени испит	
практична настава	0-5	усмени испит	30-45
колоквијум-и	20-40		
семинар-и	0-5		

