
	УНИВЕРЗИТЕТУ У БАЊОЈ ЛУЦИ ПРИРОДНО-МАТЕМАТИЧКИ ФАКУЛТЕТ		
	Основне студије – први циклус		
	Студијски програм:	ГЕОГРАФИЈА Туризмологија	

Назив предмета	МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМУ			
Шифра предмета	Статус предмета	Семестар	Фонд часова	Број ЕЦТС бодова
OT23MAUT	обавезни	V	2+1	4
Наставник	др Перица Мацура, редовни професор			

Условљеност другим предметима:	Облик условљености
Нема	

Циљеви изучавања предмета:

Циљ изучавања предмета је да студенти савладају основне принципе маркетинга као научне дисциплине, концепције, системе, те функције маркетинга. Исто тако, циљ је и да науче технике маркетиншког истраживања и схвате значај наступа предузећа на туристичком тржишту. Студенти се упознају и са обиљежјима и специфичностима употребе инструмената маркетиншког микса на туристичком тржишту (маркетиншки програм у туризму).

Исходи учења (стечена зања):

- Након успјешног завршетка овог предмета студент ће бити у могућности да:
- опише појам маркетинга, те направи разлику између маркетиншког концепта, система и функција,
 - са маркетиншког аспекта опише појмове туристичког тржишта и потрошача (купца - туристе, тражње),
 - објасни факторе маркетиншког окружења у туризму,
 - наведе и објасни поступке истраживања туристичког тржишта,
 - разврста критеријуме и претпоставке за сегментацију туристичког тржишта,
 - објасни основне елементе управљања маркетиншким програмом на туристичком тржишту,
 - објасни елементе (инструменте) маркетиншког микса у туризму,
 - дефинише примјену концепта маркетиншког микса у домену услуга у туризму.

Садржај предмета:

Појам и основне карактеристике маркетинга, концепт, систем и функције маркетинга, туристичко тржиште и потрошач – туриста (купац) у маркетингу, маркетиншко окружење, аспекти истраживања туристичког тржишта, сегментација туристичког тржишта, инструменти (елементи) маркетиншког микса (производ, цијена, истрбуција, промоција), дефинисање маркетиншког програма у туризму (избор стратегије), управљање маркетиншким програмом (организација, кадрови, финансирање), специфичности примјене маркетиншког концепта у домену услуга у туризму.

Методе наставе и савладавање градива:

Предавања, вјежбе, семинарска настава која обухвата израду и презентацију радова, групне презентације и дискусије на задату тему.

Литература:

- Бакић, О. (2015), *Маркетинг у туризму*, Београд, Економски факултет Универзитета у Београду;
Мацура, П. (2009). *Маркетинг – основе*. Бања Лука: Економски факултет Универзитета у Бањој Луци;
Kotler, Ph. (2016). *Управљање маркетингом*. Загреб: Мате, (Београд, Дата статус);

Облици провјере знања и оцјењивања:

Континуирана провјера знања: тестирање, презентације семинарских радова и усмени испит

Настава	2	Тестови	0-30 (2x15)	Семинарски рад	8	Завршни испит	60
----------------	---	----------------	-------------	-----------------------	---	----------------------	----

Посебна назнака за предмет:

Нема

Име и презиме наставника који је припремио податке: Др Перица Мацура, редовни професор