

SILABUS KOLEGIJA

Akademска година 2023./2024.

1. OPĆE INFORMACIJE O KOLEGIJU

1.1. Naziv kolegija	Strategije turističke promocije								
1.2. Studijski program	Stručni diplomski studij Upravljanje doživljajem u turizmu								
1.3. Kratica kolegija	STUP	1.7. Godina studija	2.						
1.4. Šifra kolegija	EMT23401	1.8. Semestar	3. / zimski						
1.5. Status kolegija	Obvezni	1.9. ECTS	5						
1.6. Nastavno opterećenje	<table><thead><tr><th>Vrsta nastave</th><th>Ukupno sati</th></tr></thead><tbody><tr><td>Predavanja</td><td>15</td></tr><tr><td>Vježbe</td><td>15</td></tr></tbody></table>	Vrsta nastave	Ukupno sati	Predavanja	15	Vježbe	15	1.10. Mjesto i vrijeme održavanja nastave	Bernays – prema objavljenome rasporedu
Vrsta nastave	Ukupno sati								
Predavanja	15								
Vježbe	15								

2. NASTAVNO OSOBLJE

2.1. Nositelj	Doris Peručić	2.6. Suradnici na predmetu	Ružica Rašperić
2.2. Akademski stupanj	Dr. sc.	2.7. Akademski stupanj	Mr.sc.
2.3. Zvanje	Red. prof.	2.8. Zvanje	
2.4. Kontakt e-mail	doris.perucic@bernays.hr	2.9. Kontakt e-mail	ruzica.rasperic@bernays.hr
2.5. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu	2.10. Konzultacije	Prema objavljenome rasporedu

3. OPIS KOLEGIJA

3.1. Ciljevi kolegija	Cilj kolegija je analiza promocije na makro i mikro razini kao važnog elementa marketinškog miksa u turizmu te definiranje načina kako se trebaju koristiti pojedini elementi promocije da bi se uspostavila kvalitetna strategija promocije i iskoristile okolnosti za stvaranje željenih učinaka na turističkom tržištu. Studenti će se pobliže upoznati s politikom promocije na turističkom tržištu i dobiti uvid u teorijski i praktični aspekt promocije turističkih proizvoda i usluga raznih turističkih subjekata, ali i turističke destinacije. Kolegij ukazuje na važnost promocije usluga u turizmu, a sve kako bi se naglasio njezin doprinos poslovanju i povećanju profita svakog nositelja turističke ponude.
-----------------------	---

3.2. Uvjeti za upis	Nema uvjeta za upis kolegija.																
3.3. Ishodi učenja	I1: Diskutirati princip korištenja instrumenata promotivnog miksa u turizmu. I2: Vrednovati tržišno okruženje u svrhu uspostave strategije turističke promocije. I3: Elaborirati primjenu strategija turističke promocije I4: Izraditi strategiju turističke promocije.																
3.4. Sadržaj kolegija	1. Pojam i značaj promocije u turističkoj politici 2. Strategije turističke promocije 3. Promocija destinacija na lokalnoj, regionalnoj i državnoj razini 4. Strategije stvaranja pozitivnog imidža proizvoda/usluge i njegovog pozicioniranja 5. Primjena e-marketinga u turizmu; 6. Posebni oblici promocije u sklopu različitih događanja: Sponzorstva u turizmu 7. Evaluacija rezultata provođenja strategije promocije.																
3.5. Vrste izvođenja nastave	X	Predavanja	X	Vježbe		Terenska nastava	Multimedija i mreža	Mentorski rad									
		Seminari i radionice		Obrazovanje na daljinu	X	Samostalni zadaci	Laboratorij	Ostalo									
3.6. Vrste vježbi (ako su na kolegiju predviđene vježbe)	X	Auditorne vježbe	X	Metodičke vježbe		Vježbe u praktikumu	Laboratorijske vježbe	Eksperimentalne vježbe									
		Terenske vježbe		Lektorske i govorne vježbe		Vježbe iz stranog jezika	Projektantske vježbe	Ostalo									
3.7. Jezik izvođenja	Hrvatski jezik																
3.8. Obveze studenata	Aktivno sudjelovanje u nastavnom procesu redovito rješavanje domaćih zadaća i vježbi na nastavi.																
3.9. Praćenje rada studenata i ECTS bodovi	1	Pohađanje nastave		Aktivnost na nastavi	3	Pismeni ispit	Usmeni ispit	Kolokviji									
		Seminarski rad	1	Projekt		Vježbe	Esej	Ostalo									
3.10. Ocjenjivanje studenta tijekom nastave i završnog ispita	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Vrsta ocjene</th> <th>Bodovi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Pohađanje nastave</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>2. Kolokvij-međuispit 1</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>3. Kolokvij-međuispit 2</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>4. Projekt</td> <td>30</td> </tr> </tbody> </table>							Vrsta ocjene	Bodovi	1. Pohađanje nastave	10	2. Kolokvij-međuispit 1	40	3. Kolokvij-međuispit 2	20	4. Projekt	30
Vrsta ocjene	Bodovi																
1. Pohađanje nastave	10																
2. Kolokvij-međuispit 1	40																
3. Kolokvij-međuispit 2	20																
4. Projekt	30																

	Ukupno bodova (nastava + završni ispit)	100
3.11. Obvezna literatura	1. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2010). Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu (četvrto izdanje). Zagreb: Mate d.o.o. (poglavlja 14 - 17)	
3.12. Dopunska literatura	1. Pike, S. (2016). Destination Marketing : Essentials. London: Taylor & Francis Ltd 2. Moutinho, L.& Vargas-Sanchez, A. (2018). Strategic Management in Tourism, 3rd edition, CABI International 3. Morgan, N. (2000). Advertising in tourism & leisure. Oxford: Butterworth-Heinemann.	
3.13. Načini praćenja kvalitete	Opservacije i evaluacije nastave; studentska anketa	