|  |  |
| --- | --- |
| SREDNJA ŠKOLA BARTUL KAŠIĆ – PAG | |
|  |  |
| **IZVEDBENI PLAN I PROGRAM** | |
|  |  |
| NATAVNI PREDMET: | MARKETING U TURIZMU |
|  |  |
| OBRAZOVNI SEKTOR: | TURIZAM I UGOSTITELJSTVO |
|  |  |
| PROGRAM/ ZANIMANJE: | KUHAR/KONOBAR |
|  |  |
| RAZRED: | 3. u |
|  |  |
| BROJ SATI: | 64 |
|  |  |
| ŠKOLSKA GODINA: | 2016./2017. |
|  |  |
| PREDMETNI NASTAVNIK: | Danijel Gavranović |
|  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ukupan broj sati godišnje | | | 64 |
| Obveze nastavnika | | | Pripremiti radni materijal te odrediti upute kako rješavati probleme |
| Obveze učenika | | | Redovito pohađanje nastave, te sudjelovanje u rješavanju radnih zadataka, praćenje nastave i vođenje bilješki. |
| Elementi praćenja | | | Usvojenost nastavnog sadržaja i primjena znanja / sadržaja |
| Elementi ocjenjivanja za usvojenosti nastavnih sadržaja | | | |
| Ocjena | Mjerilo | | |
| odličan | Samostalno bez pomoći nastavnika rješava postavljene probleme. | | |
| vrlo dobar | Složenije probleme rješava uz pomoć, a jednostavnije bez pomoći nastavnika. | | |
| dobar | Postavljene probleme rješava uz pomoć nastavnika. | | |
| dovoljan | Jednostavne probleme rješava uz pomoć nastavnika, a teže nikako. | | |
| nedovoljan | Ne rješava ni jednostavne probleme ni uz pomoć nastavnika. | | |
| Elementi ocjenjivanja za primjenu znanja / sadržaja | | | |
| Ocjena | Mjerilo | | |
| odličan | Donositi samostalno zaključke na nastavni, aktivno sudjeluje u raspravi i izražava vlastito mišljenje koristeći pojmove iz nastave, uspoređuje metode slučajeva i primjere iz nastave, postavlja dodatna pitanja i pokazuje interes za nastavni sadržaj. Vodi bilješke na nastavi. | | |
| vrlo dobar | Donositi zaključke na nastavi uz manju pomoć nastavnika, sudjeluje u raspravi i izražava vlastito mišljenje uglavnom koristeći pojmove iz nastave, uspoređuje metode slučajeva i primjere iz nastave uz manju pomoć nastavnika. | | |
| dobar | Donositi zaključke na nastavi uz potpitanja nastavnika, sudjeluje u raspravi i izražava vlastito mišljenje uglavnom koristeći pojmove iz nastave, uspoređuje metode slučajeva i primjere iz nastave uz manju pomoć nastavnika. Vodi bilješke na nastavi. | | |
| dovoljan | Donositi zaključke na nastavi uz veću pomoć nastavnika, slabo sudjeluje u raspravi i izražava vlastito mišljenje uglavnom ne koristeći pojmove iz nastave, uspoređuje metode slučajeva i primjere iz nastave uz veću manju pomoć nastavnika. Pokazuje malo interesa za nastavni sadržaj. Uglavnom vodi bilješke na nastavi. | | |
| nedovoljan | Ne donositi zaključke na nastavi ni uz veću pomoć nastavnika, ne slabo sudjeluje u raspravi i prilikom izražavanja vlastitog mišljenje ne koristi pojmove iz nastave, nit uz nastave uz veću manju pomoć nastavnika ne uspijeva usporediti metode slučajeva i primjere iz nastave. Ne pokazuje interes za nastavni sadržaj. Ne vodi bilješke na nastavi. | | |
| Oblici praćenja | | Usmeno (4 puta tijekom školske godine), ocjena sudjelovanja u nastavi (4 puta tijekom školske godine) | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Redni broj sata | Naziv nastavne cjeline (kompleksa) / nastavne jedinice | Cilj za nastavnu cjelinu (zadaća za učenike) | Nastavne metode i metodički oblici rada | Korelacija – veze s drugim nastavnim predmetima | Nastavna sredstva i pomagala | Napomena |
| 1 | Upoznavanje s nastavnim planom i programom | Upoznavanje učenika s načinom rada | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 2 | Razvoj marketinga i njegova primjena u društvu | Definiciju marketinga  Funkcija marketinga | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 3 | Istraživanje tržišta | Načini istraživanja tržišta | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 4 | Obilježja turističkog tržišta | Turističko tržište | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 5 | Vrste tržišta | Pojam tržišta | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 6 | Lokalno, regionalno, nacionalno, međunarodno | Upoznati učenike s podjelama tržišta | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 7 | Svjetsko, unutrašnje, vanjsko | Podjela tržišta po određenim segmentima | Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 8 | Ponuda i potražnja turističkog tržišta | Osnovni elementi turističkog tržišta | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 9 | Turistička ponuda, potražnja, cijena | Predmeti turističke razmjene | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 10 | Posebnosti turističke ponude | Obilježja turist. Tržišta | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 11 | Upravljanje marketingom | Obilježja upravljanja marketingom | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 12 | Razvoj marketinških strategija | Pojam strategije i njeno kreiranje | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 13 | Primjena i kontrola marketinških aktivnosti | Načini kontrole marketinških aktivnosti | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 14 | Ponavljanje |  | Razgovor individualni |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 15 | Provjera znanja | Usvojenost nastavnog sadržaja | Razgovor individualni |  |  |  |
| 16 | Zadaće u procesu uprav marketingom | Proces upravljanja marketingom | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 17 | Istraživanje, segmentacija i odabir ciljnog tržišta | Objasniti podjelu i istraživanje tržišta | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 18 | Marketinški splet | Proizvod, cijena, promocija, distribucija | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 19 | Dugoročni/ godišnji marketinški plan | Vrste planova u marketingu | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 20 | Upravljanje marketingom | Obilježja upravljanja marketingom | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 21 | Promocija, osobna prodaja turistička propaganda | Načini primjene pojedinih instrumenata u praksi | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 22 | Primjena marketinga u praksi | Turoperatori, agencije, hotelijeri, ugostitelji | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 23 | Ciljevi i načela marketinga u turizmu | Objasniti ciljeve i načela marketinga. | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 24 | Formiranje turističkog proizvoda | Pojasniti pojam tur proizvoda | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 25 | Globalni ciljevi marketinga | Upoznati globalne ciljeve marketinga. | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 26 | Povećanje iskorištenosti kapaciteta | Načini povećanja kapaciteta | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 27 | Uvećanje potražnje na postojećem tržištu | Proširenja potražnje (kontakt s agencijom za ekskurzije) | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 28 | Sudionici mark. procesa i menadžment u turizmu | Individualna gosp poduz, turističke destinacije, državni organi | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 29 | Ponavljanje, provjera znanja | Usvojenost nastavnog sadržaja | Razgovor  individualni |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 30 | Sistematizacija gradiva |  | Individualni razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 31 | Marketinško okruženje | Klasifikacija turist potrebe, tržište konkurencija | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 32 | Opskrbljivači | Marketinški posrednici | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 33 | Uslužne agencije, banke, kreditne i osiguravajuće kuće | Uloga izvanprivred institucija i države | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 34 | Geografsko, prirodno političko okruženje | Utjecaj okruženja na marketing | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 35 | Marketinško istraživanje | Određivanje ciljanog tržišta Dostupnost u tur | Frontalni  Razgovor | Turistička geografija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 36 | Mjerenje i predviđanje turističke potražnje | Procjena turističkog motiva | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 37 | Istraživanje potrošača | Vrste potrošača | Frontalni razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 38 | Istraživanje konkurencije | Uloga konkurencije | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 39 | Određivanje ciljanog tržišta | Tko i kad provodi istraživanje o ciljanom tržištu | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 40 | Metode istraživanja | Vrste mjerenja potražnje razina proizvoda | Individualni razgovor | Poslovna psihologija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 41 | Metode ispitivanja, promatranja | Upitnici ankete, razgovori, analize | Frontalni  Razgovor | Poslovna psihologija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 42 | Telefonski intervju, dopisna anketa, sadržaj pitanja | Oblikovanje pitanja | Frontalni  Razgovor anketa | Poslovna psihologija | Ploča, računalo, projektor |  |
| 43 | Ponavljanje |  | Individualno |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 44 | Provjera znanja | Usvojenost nastavnog sadržaja | Individualno |  |  |  |
| 45 | Proizvod u turizmu | Osnovna obilježja turističkog proizvoda | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 46 | Kvaliteta turističkog proizvoda | Pojam kvalitete turističkog proizvoda | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 47 | Planiranje turističkog proizvoda | Pojam turističkog proizvoda (usluga) | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 48 | Formiranje turističkog proizvoda | Spajanje više usluga | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 49 | Faze razvoja proizvoda usluga u turizmu | Uvođenja proizvoda na tržište, rasta zrelosti, zasićenosti, regeneracije | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 50 | Elementi marketinškog spleta | Usluga, cijena kanali distribucije | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 51 | Prodaja Promocija promidžba distribucija | Važnost promocije i promidžbe | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 52 | Turistički proizvod i njegovi elementi | Proizvod cijena kanali distribucije | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 53 | Provjera znanja | Usvojenost nastavnog sadržaja | Individualno |  |  |  |
| 54 | Instrumenti prodaje market miks | Sajmovi lokalne promocije dr. | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 55 | Prodaja putem interneta | Načini prodaje putem interneta | Frontalni  Razgovor | Osnove računalstva s vježbama | Ploča, računalo, projektor |  |
| 56 | Turistički animatori | Uloga turističkih animatora | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 57 | Planiranje marketinga | Proces marketinškog planiranja | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 58 | Osnovni koraci u planiranju marketinga | Strateško pozicioniranje i segmentacija | Frontalni  Razgovor | Tehnologija zanimanja | Ploča, računalo, projektor |  |
| 59 | Izbor strategije odluka o budžetu | Vlastita strategija i njeno kreiranje | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 60 | Analiza situacije i postavljanje ciljeva | Gdje smo sad i gdje želimo biti | Frontalni  Razgovor | Tehnologija zanimanja | Ploča, računalo, projektor |  |
| 61 | Usmjerena ciljna strategija | Strategija važna za naš razvoj | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 62 | Formiranje cijena | Način formiranja cijena | Frontalni  Razgovor |  | Ploča, računalo, projektor |  |
| 63 | Provjera znanja | Individualni razgovor | Frontalni  Razgovor |  |  |  |
| 64 | Zaključivanje ocjena | Individualni razgovor | Frontalni  Razgovor |  |  |  |