Marketing u turizmu 3.u – operativni godišnji plan i program (64 sata)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **NASTAVNA JEDINICA** | **BILJEŠKE** |
| **1** | Upoznavanje s nastavnim planom i programom |  |
| **2** | Pojam marketinga |  |
| **3** | Područja i funkcije marketinga |  |
| **4** | Specifičnost turističkog proizvoda |  |
| **5** | Pojam i vrste tržišta |  |
| **6** | Načela tržišnog gospodarstva |  |
| **7** | Ponuda i potražnja turističkog tržišta |  |
| **8** | Turističko tržište |  |
| **9** | Usmena provjera znanja |  |
| **10** | Osnovna obilježja upravljanja marketingom |  |
| **11** | Turističke potrebe i motivacija |  |
| **12** | Ciljevi i načela marketinga u turizmu |  |
| **13** | Ponavljanje gradiva |  |
| **14** | Usmena provjera znanja |  |
| **15** | Sistematizacija gradiva |  |
| **16** | Makrookruženje |  |
| **17** | Mikrookruženje |  |
| **18** | Proces marketinškog istraživanja, tehnike prikupljanja podataka |  |
| **19** | Ponavljanje gradiva |  |
| **20** | Usmena provjera znanja |  |
| **21** | Elementi marketinškog spleta |  |
| **22** | Obilježja i specifičnosti turističkog proizvoda |  |
| **23** | Stvaranje novog proizvoda, životni ciklus proizvoda |  |
| **24** | Marka turističkog proizvoda |  |
| **25** | Cijena, prodaja i distribucija |  |
| **26** | Promocija u turizmu |  |
| **27** | Planiranje marketinga, marketinške strategije |  |
| **28** | Pozicioniranje i segmentacija tržišta |  |
| **29** | SWOT analiza, uloga menadžera |  |
| **30** | Ponavljanje gradiva |  |
| **31** | Usmena provjera znanja |  |
| **32** | Zaključivanje ocjena |  |