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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **NASTAVNA JEDINICA** | **BILJEŠKE** |
| **1** | Upoznavanje s nastavnim planom i programom |  |
| **2** | Razvoj marketinga i njegova primjena u društvu |  |
| **3** | Istraživanje tržišta |  |
| **4** | Obilježja turističkog tržišta |  |
| **5** | Vrste tržišta |  |
| **6** | Lokalno, regionalno, nacionalno, međunarodno tržište |  |
| **7** | Svjetski, unutrašnje, vanjsko tržište |  |
| **8** | Ponuda i potražnja turističkog tržišta |  |
| **9** | Turistička ponuda, potražnja, cijena |  |
| **10** | Posebnosti turističke ponude |  |
| **11** | Upravljanje marketingom |  |
| **12** | Razvoj marketinških strategija |  |
| **13** | Primjena i kontrola marketinških aktivnosti |  |
| 14 | Ponavljanje |  |
| 15 | Provjera znanja |  |
| **16** | Zadaće u procesu upravljanja marketingom |  |
| **17** | Istraživanje, segmentacija i odabir ciljanog tržišta |  |
| **18** | Marketinški splet |  |
| **19** | Dugoročni/godišnji marketinški plan |  |
| **20** | Upravljanje marketingom |  |
| **21** | Promocija, osobna prodaja, turistička propaganda |  |
| **22** | Primjena marketinga u praksi |  |
| **23** | Ciljevi I načela marketinga u turizmu |  |
| **24** | Formiranje turističkog proizvoda |  |
| **25** | Globalni ciljevi marketinga |  |
| **26** | Povećanje iskorištenosti kapaciteta |  |
| **27** | Uvećanje potražnje na postojećem tržištu |  |
| **28** | Sudionici marketinškog procesa i menadžment u turizmu |  |
| 29 | Ponavljanje, provjera znanja |  |
| 30 | Sistematizacija gradiva |  |
| **31** | Marketinško okruženje |  |
| **32** | Opskrbljivači |  |
| **33** | Uslužne agencije, banke, kreditne i osiguravajuće kuće |  |
| **34** | Geografsko, prirodno, političko okruženje |  |
| **35** | Marketinško istraživanje |  |
| **36** | Mjerenje i predviđanje turističke potražnje |  |
| **37** | Istraživanje potrošača |  |
| **38** | Istraživanje konkurencije |  |
| **39** | Određivanje ciljanog tržišta |  |
| **40** | Metode istraživanja |  |
| **41** | Metode ispitivanja, promatranja |  |
| **42** | Telefonski intervju, dopisna anketa, sadržaj pitanja |  |
| 43 | Ponavljanje |  |
| 44 | Provjera znanja |  |
| **45** | Proizvod u turizmu |  |
| **46** | Kvaliteta turističkog proizvoda |  |
| **47** | Planiranje turističkog proizvoda |  |
| **48** | Formiranje turističkog proizvoda |  |
| **49** | Faze razvoja proizvoda i usluga u turizmu |  |
| **50** | Elementi marketinškog spleta |  |
| **51** | Prodaja, promocija, promidžba, distribucija |  |
| **52** | Turistički proizvod i njegovi elementi |  |
| **53** | Provjera znanja |  |
| **54** | Instrumenti prodaje, marketinški miks |  |
| **55** | Prodaja putem interneta |  |
| **56** | Turistički animatori |  |
| **57** | Planiranje marketinga |  |
| **58** | Osnovni koraci u planiranju marketinga |  |
| **59** | Izbor strategije odluka o budžetu |  |
| **60** | Analiza situacije i postavljanje ciljeva |  |
| **61** | Usmjerena ciljna strategija |  |
| **62** | Formiranje cijena |  |
| 63 | Provjera znanja |  |
| 64 | Zaključivanje ocjena |  |