



UNIVERZITET U SARAJEVU – PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET
OPIS PREDMETA

Obrazac SP2

Stranica 1 od 2

Šifra predmeta: T-536-3	Naziv predmeta: Marketing u turizmu		
Ciklus: II	Godina: I	Semestar: I	Broj ECTS kredita: 5
Status: Obavezni predmet		Ukupan broj sati: 60 Predavanja: 30 Vježbe: 30	
Učesnici u nastavi:	Dr. Sc. Amra Čaušević, docent		
Preduslov za upis:	/		
Ciljevi predmeta:	Upoznavanje studenata sa turizmom u kontekstu savremenih usluga i njihovim specifičnostima. Sticanje znanja o marketing okruženju. Analiza segmentiranja, izbora ciljnih tržišta, pozicioniranja, kao i istraživanja turističkog tržišta. Upoznavanje sa elementima marketing miksa.		
Tematske jedinice:	<ol style="list-style-type: none">1. Turizam u kontekstu savremenih usluga;2. Specifičnosti usluga;3. Marketing okruženje;4. Ponašanje korisnika turističkih usluga;5. Segmentiranje, izbor ciljnih tržišta i pozicioniranje;6. Istraživanje marketinga u turizmu;7. Prva provjera znanja;8. Marketing mix na turističkom tržištu - proizvod;9. Marketing mix na turističkom tržištu - cijena;10. Marketing mix na turističkom tržištu - distribucija;11. Marketing mix na turističkom tržištu - promocija;12. Marketing mix na turističkom tržištu - ljudi;13. Marketing mix na turističkom tržištu – pojavni oblici;14. Marketing mix na turističkom tržištu - procesi;15. Presentacije seminarskih radova.		
Ishodi učenja:	Znanje: <ul style="list-style-type: none">• student kritički analizira turizam u kontekstu savremenih usluga i njihovim specifičnostima;• student identifikuje sve tipove marketing okruženja;• student objašnjava povezanost i međudjelovanje svih elemenata marketing miksa; Vještine:		



	<ul style="list-style-type: none">• student samostalno analizira ponašanje korisnika turističkih usluga;• student procjenjuje proces istraživanja marketinga u turizmu; Kompetencije: <ul style="list-style-type: none">• student samostalno tumači proces segmentiranja, izbor ciljnih tržišta i pozicioniranja.																					
Metode izvođenja nastave:	Multimedijalno izlaganje i razgovor (predavanje); istraživački samostalni rad studenata i zajednička analiza (vježbe).																					
Metode provjere znanja sa strukturom ocjene¹:	Provjera znanja – kriterij: Prisustvo predavanjima i vježbama: max 5 – min 3 boda Aktivnost na nastavi: max 5 – min 2 boda Seminarski rad na odabranu temu: max 10 – min 6 bodova Parcijalni testovi tokom semestra: max 40 – min 22 boda Završni ispit na kraju semestra: max 40 – min 22 boda Ukupno 100 bodova, uslov za prolaz: 55 bodova Ocjenjivanje: <table><thead><tr><th>Ocjena</th><th>E CTS ocjena</th><th>Broj bodova</th></tr></thead><tbody><tr><td>10</td><td>(A) izvrstan</td><td>95 - 100</td></tr><tr><td>9</td><td>(B) odličan</td><td>85 - 94</td></tr><tr><td>8</td><td>(C) vrlo dobar</td><td>75 - 84</td></tr><tr><td>7</td><td>(D) dobar</td><td>65 - 74</td></tr><tr><td>6</td><td>(E) dovoljan</td><td>55 - 64</td></tr><tr><td>5</td><td>(F,FX) nedovoljan</td><td><55</td></tr></tbody></table>	Ocjena	E CTS ocjena	Broj bodova	10	(A) izvrstan	95 - 100	9	(B) odličan	85 - 94	8	(C) vrlo dobar	75 - 84	7	(D) dobar	65 - 74	6	(E) dovoljan	55 - 64	5	(F,FX) nedovoljan	<55
Ocjena	E CTS ocjena	Broj bodova																				
10	(A) izvrstan	95 - 100																				
9	(B) odličan	85 - 94																				
8	(C) vrlo dobar	75 - 84																				
7	(D) dobar	65 - 74																				
6	(E) dovoljan	55 - 64																				
5	(F,FX) nedovoljan	<55																				
Literatura²:	Obavezna: 1. Babić-Hodović Vesna, Marketing usluga, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2010 2. Bakić Ognjen, Marketing u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010 Dopunska: 1. Materijali koji će biti dostavljeni studentima																					

¹Struktura bodova i bodovni kriterij za svaki nastavni predmet utvrđuje vijeće organizacione jedinice prije početka studijske godine u kojoj se izvodi nastava iz nastavnog predmeta u skladu sa članom 64. st.6 Zakona o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo

² Sena visokoškolske ustanove kao ustanove odnosno vijeće organizacione jedinice visokoškolske ustanove kao javne ustanove, utvrđuje obavezne i preporučene udžbenike i priručnike, kao i drugu preporučenu literaturu na osnovu koje se priprema i polaže ispit posebnom odlukom koju obavezno objavljuje na svojoj internet stranici prije početka studijske godine u skladu sa članom 56. st 3. Zakona o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo