



UNIVERZITET U SARAJEVU – PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET  
OPIS PREDMETA

Obrazac SP2

Stranica 1 od 2

<b>Šifra predmeta:</b> T-436-3	<b>Naziv predmeta: Marketing u turizmu</b>		
<b>Ciklus: I</b>	<b>Godina: IV</b>	<b>Semestar: VIII</b>	<b>Broj ECTS kredita: 6</b>
<b>Status:</b> Obavezni predmet		<b>Ukupan broj sati: 60</b>  Predavanja: 30 Vježbe: 30	
<b>Učesnici u nastavi:</b>	Nastavnici i saradnici izabrani na oblast kojoj predmet pripada		
<b>Preduslov za upis:</b>	/		
<b>Ciljevi predmeta:</b>	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.		
<b>Tematske jedinice:</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Turizam u kontekstu savremenih usluga;</li><li>2. Specifičnosti usluga;</li><li>3. Marketing okruženje;</li><li>4. Ponašanje korisnika turističkih usluga;</li><li>5. Segmentiranje, izbor ciljnih tržišta i pozicioniranje;</li><li>6. Istraživanje marketinga u turizmu;</li><li>7. Prva provjera znanja;</li><li>8. Marketing mix na turističkom tržištu - proizvod;</li><li>9. Marketing mix na turističkom tržištu - cijena;</li><li>10. Marketing mix na turističkom tržištu - distribucija;</li><li>11. Marketing mix na turističkom tržištu - promocija;</li><li>12. Marketing mix na turističkom tržištu - ljudi;</li><li>13. Marketing mix na turističkom tržištu – pojavni oblici;</li><li>14. Marketing mix na turističkom tržištu - procesi;</li><li>15. Presentacije seminarskih radova.</li></ol>		
<b>Ishodi učenja:</b>	<b>Znanje:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• student kritički analizira turizam u kontekstu savremenih usluga i njihovim specifičnostima;</li><li>• student identifikuje sve tipove marketing okruženja;</li><li>• student objašnjava povezanost i međudjelovanje svih elemenata marketing miksa;</li></ul> <b>Vještine:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• student samostalno analizira ponašanje korisnika turističkih</li></ul>		



	<p>usluga;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>student procjenjuje proces istraživanja marketinga u turizmu;</li> </ul> <p><b>Kompetencije:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>student samostalno tumači proces segmentiranja, izbor ciljnih tržišta i pozicioniranja.</li> </ul>																					
<b>Metode izvođenja nastave:</b>	Multimedijalno izlaganje i razgovor (predavanje); istraživački samostalni rad studenata i zajednička analiza (vježbe).																					
<b>Metode provjere znanja sa strukturom ocjene<sup>1</sup>:</b>	<p><b>Provjera znanja – kriterij:</b></p> <p>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</p> <p><b>Ocjenjivanje:</b></p> <table border="1"> <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>&lt;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																				
<b>Literatura<sup>2</sup>:</b>	<p><b>Obavezna:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Babić-Hodović Vesna, Marketing usluga, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2010</li> <li>Bakić Ognjen, Marketing u turizmu, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010</li> </ol> <p><b>Dopunska:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Materijali koji će biti dostavljeni studentima</li> </ol>																					

<sup>1</sup>Struktura 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

<sup>2</sup> Senat 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