

Šifra predmeta: BUS275		Naziv predmeta: MARKETING KOMUNICIRANJE	
Nivo: Prvi ciklus studija	Godina: II	Semestar: IV	Broj ECTS kredita: 5
Status: obavezni smjerski	Broj sati sedmično: 3+2		Ukupan broj sati: 75
1. CILJ PREDMETA	Ciljevi predmeta su razmotriti: • Uloga, značaj i oblici marketing komuniciranja kao marketinškog elementa u turizmu. • Potrošačko ponašanje turista kao determinanta promotivne politike. • Marketing komuniciranja u funkciji ostalih marketinških elemenata (proizvod, cijena, kanali distribucije). • Utvrđivanje i alokacija promotivnog budžeta u turizmu. • Izbor promotivnih poruka u turizmu. • Izbor medija u provođenju promotivne politike. • Elementi programa marketing komuniciranja: Lična prodaja u turizmu. Unapređenje prodaje u turizmu. Odnosi s javnošću i publicitet u turizmu. Vizualni identitet kao element promocije u turizmu. • Turistička promocija na razini zemlje, regije, turističkog mjesta. • Specifični elementi poslovne turističke promocije turističkih preduzeća (hoteli, turističke agencije, prometna preduzeća). • Organiziranje promotivnih aktivnosti u turizmu.		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Uvod u promociju u turizmu. 2. Strategija i planiranje turističke promocije. 3. Organizacija i funkcioniranje službe za turističku promociju i oglašavanje. 4. Komunikacijska strategija i kreiranje poruke. 5. Mediji i medijsko planiranje 6. Oglašavanje 7. Unapređenje prodaje 8. Odnosi s javnošću 9. Direktni marketing i Internet Marketing 10. Lična prodaja u turizmu		
1.2. Rezultati učenja	Po završetku nastave studenti će moći: 1. Identificirati i razumijeti ključne uloge i značaj marketing komuniciranja, 2. Objasniti osnovne karakteristike marketing komuniciranja. 3. Opisati, analizirati i evaluirati različite komponente marketing komunikacijskog miksa. 4. Samostalno priprema plan kampanje marketinških komunikacija.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti (%)			
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra 2. diskusije 3. prezentacije 4. gosti predavači 5. analiza slučajeva	1. 40% 2. 10% 3. 20% 4. 10% 5. 20%	
Učešće u ocjeni (%)			
2.2. Sistem ocjenjivanja	1. Test 1 2. Test 2 3. Tematska prezentacija 4. Analiza slučaja iz prakse	1. 30% 2. 40% 3. 20% 4. 10%	
3. LITERATURA	Osnovna literatura: 1. Senečić, J., <i>Promocija u turizmu</i>, Mikrorad, Zagreb, 1998. Dopunska literatura: 1. Brkić, N., <i>Upravljanje marketing komuniciranjem</i>, Ekonomski fakultet u Sarajevu, 2003. 2. Vukonić, B., <i>Turistička propaganda. Školska knjiga, Zagreb, 1973.</i>		