

Студијски програм: Хотелијерство, Ресторатерство, Гастрономија.			
Назив предмета: ХОТЕЛСКИ МАРКЕТИНГ			
Наставник: др Драган Николић			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ:3			
Услов: нема			
Циљ предмета Циљ Хотелског маркетинга је оспособљавање студената да примењују маркетиншке стратегије и технике у пракси и да их кроз маркетинг-концепт претварају у професионални однос према гостима.			
Исход предмета Изучавањем маркетиншких метода у пружању хотелских услуга подстиче се професионално прилагођавање рада и пословања жељама и захтевима гостију на профитабилан начин. Хотелски маркетинг оспособљава студенте да рад и пословање саображавају платежним могућностима и потребама клијената, адекватно организационим и тржишним специфичностима хотелске понуде и тражње.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Маркетинг концепт. Креирање вредности и сатисфакција потрошача. Односи са потрошачима. Маркетиншке стратегије. Маркетиншко окружење. Маркетинг информациони систем. Маркетиншко истраживање. Инструменти маркетинг микса. Маркетинг менаџмент у хотелској индустрији. <i>Практична настава</i> Студенти у оквиру практичне наставе прикупљају и обрађују податке из непосредне праксе хотелске привреде домаћег и иностраног тржишта, анализирају поцесе и дискутују са својом групом о резултатима свог истраживања			
Литература Николић, Д., <i>Хотелски маркетинг</i> , ВХШ, Београд, 2016. Р. Kotler, J.T. Bowen, J.C. Makens, <i>Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu</i> , Mate, Zagreb, 2010.			
Број часова активне наставе		Теоријска настава: 2	Практична настава: 0
Методе извођења наставе Предавања, дискусије и консултације			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	30	30	100
практична настава			
колоквијум-и	30		
семинар-и	10		