

Студијски програм: Гастрономија			
Назив предмета: Маркетинг у угоститељству			
Наставник/наставници: др Вукић Милена			
Статус предмета: обавезан			
Број ЕСПБ: 4			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Циљ предмета је упознавање студената са главним теоријама и концептима из маркетинга у угоститељском сектору; стицање стручног знања из циљног маркетинга, истраживања тржишта, понашања потрошача, брендирања, дистрибуције, одређивања цена, управљања производима и услугама; примењивање маркетинга на примерима услужних предузећа са циљем креирања вредности за различите стејхолдере; развијање ефективних маркетинг комуникација у циљу постизања организационих циљева.			
Исход предмета			
Студенти су у стању да креирају увид о потрошачима кроз квантификовање њихових преференција, сегментацију тржишта и брендирање. Студенти умеју да креирају вредност за потрошаче кроз стварање иновативних производа, њихово позиционирање, креирање ценовних стратегија и канала дистрибуције, да дизајнирају комуникационе кампање и мере њихове ефективности.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
П1. Увод у маркетинг у угоститељству. П2. Креирање вредности у маркетингу. П3-П4. Концепт сегментације, таргетирања и позиционирања. П5.-П6. Истраживање тржишта. П7. Маркетинг микс у услужном сектору. П8. Креирање услужног производа и брендирање. П9. Управљање услужним процесом. П10. Услужни амбијент и управљање људима у угоститељским организацијама. П11. Канали маркетинга. П12. Одређивање цена. П13. Интегрисане маркетиншке комуникације. П14. Понашање потрошача у угоститељству. П15. Дигитални маркетинг.			
<i>Практична настава</i>			
Анализа случајева из праксе. Анализа текућих дешавања у сектору угоститељства, специфичних аспеката маркетинга у угоститељству. Групни пројекат – развој новог производа.			
Литература			
Обавезна литература:			
Котлер, Ф., Боуен, Ц., Мекенс, Ц., & Балоглу, С. (2019). <i>Маркетинг у угоститељству, хотелијерству и туризму</i> . Београд: ЦИД, Економски факултет.			
Допунска литература:			
Котлер, Ф. & Келер, К.Л. (2017). <i>Маркетинг менаџмент. 15. издање</i> . Београд: Дата статус, Економски факултет.			
Глигоријевић, М. & Вељковић, С. (2022). <i>Маркетинг</i> . Београд: ЦИД, Економски факултет Београд.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 1	
Типови извођења наставе: предавања, вежбе, консултације.			
Методе извођења наставе: студије случаја, интерактивна дискусија, израда групних пројеката.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	20	писмени испит	30
практична настава	10	усмени испит	
колоквијум-и	30		
семинар-и	10		