

<b>Студијски програм: Хотелијерство</b>			
<b>Назив предмета: Маркетинг у угоститељству</b>			
<b>Наставник/наставници: др Вукић Милена</b>			
<b>Статус предмета: обавезан</b>			
<b>Број ЕСПБ: 4</b>			
<b>Услов: нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
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.			
<b>Исход предмета</b>			
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.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
П1. Увод у маркетинг у угоститељству. П2. Креирање вредности у маркетингу. П3.-П4. Истраживање тржишта. П5. Понашање потрошача у угоститељству. П6.-П7. Мерење преференција потрошача и доношење одлука о куповини. П8. Концепт сегментације, таргетирања и позиционирања. П9. Креирање услужног производа и брендирање. П10. Управљање услужним процесом. П11. Услужни амбијент и управљање људима у угоститељским организацијама. П12. Канали маркетинга. П13. Одређивање цена. П14. Интегрисане маркетиншке комуникације. 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.			
<b>Литература</b>			
<b>Обавезна литература:</b>			
Котлер, Ф., Боуен, Ц., Мекенс, Ц., & Балоглу, С. (2019). <i>Маркетинг у угоститељству, хотелијерству и туризму</i> . Београд: ЦИД, Економски факултет.			
<b>Допунска литература:</b>			
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.			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 2</b>	<b>Практична настава: 1</b>	
<b>Типови извођења наставе:</b> предавања, вежбе, консултације.			
<b>Методе извођења наставе:</b> студије случаја, интерактивна дискусија, израда групних пројеката.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	<b>20</b>	писмени испит	<b>30</b>
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>30</b>		
семинар-и	<b>10</b>		