

Назив предмета: **МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМУ И УГОСТИТЕЉСТВУ**

Годишњи фонд часова: **62**

Разред: **трећи**

Циљеви предмета: — Оспособљавање ученика за успешне маркетиншке и продајне технике у области пружања услуга у туризму и угоститељству

ТЕМА	ЦИЉ	ИСХОДИ По завршетку теме ученик ће бити у стању да:	ОБАВЕЗНИ И ПРЕПОРУЧЕНИ САДРЖАЈИ ПО ТЕМАМА	НАЧИН ОСТВАРИВАЊА ПРОГРАМА
Увод у маркетинг у туризму	<ul style="list-style-type: none"> Упознавање ученика са појмом и етапама развоја маркетинга у туризму 	<ul style="list-style-type: none"> Дефинише појам маркетинга; разликује етапе развоја маркетинга; Објасни маркетинг оријентацију у туризму и угоститељству 	<ul style="list-style-type: none"> Појам маркетинга; Развој маркетинга; Маркетиншка оријентација у сфери услуга. 	<ul style="list-style-type: none"> На почетку теме ученике упознати са циљевима и исходима наставе / учења, планом рада и начинима оцењивања. <p>Облици наставе: Предмет се реализује кроз:</p> <ul style="list-style-type: none"> теоријску наставу (62 часа) <p>Подела одељења на групе Одељење се не дели на групе</p> <p>Методе наставе: Избор метода и облика рада за сваку тему одређује наставник у зависности од наставних садржаја, способности и потреба ученика, материјалних и других услова. Користити вербалне методе (метода усменог излагања и дијалогска метода), методе демонстрације, извршење задатка, презентација израде радног задатка, текстуално-илустративне методе.</p> <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none"> Теоријска настава се реализује у учионици / кабинету / институцијама
Туристичко тржиште и примена маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> Упознавање ученика са туристичким тржиштем (понуда и тражња) 	<ul style="list-style-type: none"> Дефинише туристичко тржиште; Наведе и објасни специфичности туристичког тржишта; Дефинише туристичку понуду и тражњу; Наведе и објасни карактеристике туристичке понуде и тражње; На задатом примеру истражује тржиште; Објасни појам „здрава конкуренција“ користећи конкретан пример из привреде На задатом примеру изврши сегментацију тржишта 	<ul style="list-style-type: none"> Појам и особине туристичког тржишта; Појам и специфичности туристичке понуде; Појам и специфичности туристичке тражње; Стратегија маркетинга у туризму; Маркетинг методе истраживања тржишта; Избор тржишта; Сегментација тржишта 	
Инструменти маркетинг микса	<ul style="list-style-type: none"> Оспособљавање ученика за примену инструмената маркетинг микса 	<ul style="list-style-type: none"> Дефинише туристички производ; Наведе факторе креирања туристичког производа; Разликује фазе животног циклуса производа; Опише квалитетан туристички производ; Опише начин иновирања туристичког производа; Дефинише цену туристичког производа; Наведе факторе креирања цене; Наведе елементе промотивне политике; Разликује канале продаје; Познаје особине и значај добре локације; Употреби инструменте на примеру путем презентације. 	<ul style="list-style-type: none"> Појам туристичког производа; Фактори креирања туристичког производа; Животни циклус производа; Квалитет и иновирање туристичког производа; Микс цене у туризму; Микс презентације у туризму; Директни и индиректни начини пласирања туристичког производа; Инструменти маркетинг микса у сфери услуга - људи, процес и физички доказ; Појам и значај локације 	<p>Оцењивање У настави оријентисаној ка достизању исхода прате се и вреднују процес наставе и учења, постигнућа ученика (продукти учења) и сопствени рад. Да би вредновање било објективно и у функцији учења, потребно је ускладити нивое исхода и начине оцењивања.</p> <p>Оцењивање научног (сумативно) Ученик се оцењује на основу:</p> <ul style="list-style-type: none"> усмене провере постигнућа, писмене провере практичног рада, извештаји, презентације, реферата, есеја <p>Оцењивање за учење (формативно) Ученик се оцењује на основу:</p> <ul style="list-style-type: none"> посматрање,

Понашање потрошача у процесу куповине у туризму	<ul style="list-style-type: none"> Упознавање ученика са понашањем потрошача у куповини 	<ul style="list-style-type: none"> Дефинише факторе који утичу на понашање људи као потрошача; Објасни основне фазе процеса одлучивања; Анализира основне ризике при куповини услуге. 	<ul style="list-style-type: none"> Основни фактори друштвеног окружења; Понашање потрошача. 	<ul style="list-style-type: none"> контролне вежбе, дијагностички тестови, самоевалуација, вршњачко оцењивања, практичне вежбе <p>Препорука за реализацију:</p>
Истраживање туристичког тржишта и формирање маркетиншке базе података	<ul style="list-style-type: none"> Упознавање ученика са основним техникама истраживања тржишта и базом података 	<ul style="list-style-type: none"> Објасни поступак истраживања тржишта у реалном окружењу; Објасни начине формирања маркетиншке базе података; Наведе могуће проблеме у формирању базе података. 	<ul style="list-style-type: none"> Маркетинг - информациони системи и његови елементи; Маркетинг истраживања. 	<ul style="list-style-type: none"> Посета стручним сајмовима и изложбама, банкама, институцијама, привредним друштвима. <p>Међупредметно повезивање</p> <ul style="list-style-type: none"> — Основи туризма и угоститељства; — Агенцијско и хотелијерско пословање; — Економика и организација туристичких предузећа; — Предузетништво