

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

Годишњи фонд часова: **60 часова**

Разред: **трећи**

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

| ТЕМА | ЦИЉЕВИ | ИСХОДИ По завршетку теме ученик ће бити у стању да : | 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 појма маркетинга; разликује етапе развоја маркетинга; објасни маркетинг оријентацију. | <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. |
| 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; познаје специфичности туристичког тржишта; објасни туристичку понуду и тражњу; наведе карактеристике туристичке понуде и тражње; на задатом примеру истражује тржиште; образложи појам „здрава конкуренција“; на задатом примеру примењује 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. | <p>Облици наставе: Предмет се реализује кроз:</p> <ul style="list-style-type: none"> теоријску наставу (60 часова) <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.</p> |
| 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 и објасни факторе креирања цене; разликује елементе промотивне политике; разликује канале продаје; познаје особине и значај добре локације; примени 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; | <p>Место реализације наставе</p> <ul style="list-style-type: none"> Теоријска настава се реализује у учионици / кабинету <p>Оцењивање У настави оријентисаној ка достизању исхода прате се и вреднују процес наставе и учења, постигнућа ученика</p> |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Појам и значај локације. • Основни фактори друштвеног окружења; • Понашање потрошача. | <p>(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 наученог (сумативно) Ученик се оцењује на основу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • усмене провере постигнућа, • писмене провере практичног рада, • извештаји, • есеја <p>Оцењивање за учење (формативно) Ученик се оцењује на основу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • посматрање, • контролне вежбе, • дијагностички тестови, • самоевалуација, • вршњачко оцењивања, • практичне вежбе <p>Препорука за реализацију:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Посета стручним сајмовима и изложбама <p>Међупредметно повезивање</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основе туризма и угоститељства • Економика туристичких и угоститељских предузећа • предузетништво |
| <p>Понашање потрошача у процесу куповине у туризму</p> | <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. | |
| <p>Истраживање туристичког тржишта и формирање маркетиншке базе података</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Упознавање ученика са основним техникама истраживања тржишта и базом података | <ul style="list-style-type: none"> • објасни поступак исраживања 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. | |