



OBRAZOVANJE ODRASLIH NA PODRUČJU KULTURNE BAŠTINE I ATRAKTIVNOG ŽIVOTNOG OKRUŽENJA

MODUL 2: MARKETING

POLAZNICI

Odrasli, odrasli s nižim kvalifikacijama, nezaposleni odrasli, odrasli u nepovoljnom socio-ekonomskom položaju.

Osobe koje su već zaposlene u kulturnom i turističkom sektoru koje žele dodatno razviti svoje vještine.

UVJETI ZA UPIS

Polaznici moraju biti stariji od 18 godina.

TRAJANJE

20 sati

VREDNOVANJE

Po završetku tečaja (ili pojedinačnog modula) dobit ćete potvrdu o završetku koju izdaje Institut za turizam.

CIJENA

Besplatno

PRISTUP

Prijavni obrazac zatražiti od Instituta za turizma te ga ispunjenog vratiti.

KONTAKT

Institut za turizam

spechale.erasmus@iztztg.hr

SAŽETAK

Postoje različite vrste turista, kao i različite vrste turizma. Svaka usluga ili proizvod moraju biti promovirane kako bi dospjele do svoje ciljne publike.

U ovom modulu naučit ćete razumjeti i identificirati potrebe turista u svom okruženju, kao i kako planirati pojedine aktivnosti uz to vezane. Osim toga, marketinški alati i tehnike bit će detaljno obrađene.

AKTIVNOSTI

- Identifikacija konzumerističkih trendova
- Identifikacija očekivanja turista
- Vrednovanje učinaka turizma
- Izrada marketinške analize
- Stvaranje poslovne mreže

KOMPETENCIJE

- Identificirati profil turista
- Razumjeti turističku motivaciju
- Kontrolirati negativne učinke turizma
- Razviti proizvod prema potražnji na turističkom tržištu
- Identificirati potencijalne poslovne partnere
- Izraditi SWOT analizu
- Razviti marketinški splet

NASTAVNE METODE

Online tečaj na SPECHALE web stranici dostupan 24/7 .

Nastavni materijali mogu uključivati Power Point prezentacije, PDF dokumente, poveznice na web stranice, radionice, vježbe.

AKTIVNOSTI VREDNOVANJA

Svaka pojedina aktivnost dio je završne ocjene:

- Razgovor ili susret s dionikom iz turističkog ili kulturnog sektora
- Izrada potencijalnog turističkog proizvoda
- Pismena provjera na kraju modula



KURIKULUM MODUL 2 / MARKETING

NASTAVNI ODJELJAK	NASTAVNI SADRŽAJ
OSNOVE TURIZMA	<ol style="list-style-type: none">1. Definicija turista2. Obilježja turističkog putovanja3. Turistička destinacija4. Turističke organizacije5. Turistička politika i zakonodavstvo6. Kratka povijest turizma<ol style="list-style-type: none">6.1. Turistički počeci6.2. Razdoblje modernog turizma7. Djelovanje i učinci turizma<ol style="list-style-type: none">7.1. Utjecaj turizma na gospodarski razvoj7.2. Utjecaj turizma na prirodnu okolinu7.3. Utjecaj turizma na društvo i kulturu
TURISTIČKA POTRAŽNJA	<ol style="list-style-type: none">1. Obilježja turističke potražnje2. Činitelji turističke potražnje<ol style="list-style-type: none">2.1. Ekonomski činitelji potražnje2.2. Demografski činitelji potražnje2.3. Sociokulturni i psihološki činitelji potražnje2.4. Sociopolitički, geografski i drugi činitelji potražnje3. Turistička motivacija4. Suvremeni potrošački trendovi i turizam5. Segmentacija tržišta
TURISTIČKA PONUDA	<ol style="list-style-type: none">1. Turističko tržište2. Obilježja turističkog proizvoda3. Elementi turističkog proizvoda<ol style="list-style-type: none">3.1. Destinacijske atrakcije i okruženje3.2. Smještaj i usluge3.3. Dostupnost destinacije3.4. Imidž destinacije3.5. Cijena4. Ključna načela stvaranja turističkog proizvoda
MARKETINŠKE TEHNIKE I ALATI	<ol style="list-style-type: none">1. Marketinški splet<ol style="list-style-type: none">1.1. Koncept marketinškog spleta1.2. Elementi marketinškog spleta1.3. Drugi važni aspekti marketinškog spleta1.4. Tehnike prodaje za male poduzetnike



NASTAVNI ODJELJAK	NASTAVNI SADRŽAJ
	<ul style="list-style-type: none">2. Swot analiza<ul style="list-style-type: none">2.1. Što je SWOT analiza?2.2. Provedba SWOT analize3. Izrada promotivnih materijala<ul style="list-style-type: none">3.1. Osnovna načela izrade kvalitetnih promotivnih materijala3.2. Korisni alati
SKLAPANJE PARTNERSTVA I DIZAJN USLUGA	<ul style="list-style-type: none">1. Sklapanje partnerstva<ul style="list-style-type: none">1.1. Smisao partnerstva1.2. Vrste partnerstva1.3. Stvaranje partnerstva1.4. Održavanje partnerstva2. Dizajn usluga<ul style="list-style-type: none">2.1. Trendovi u razvoju usluga2.2. Globalne usluge2.3. Individualne/personalizirane usluge2.4. Lokalno kao vrijednost2.5. Izazovi za pružatelje individualiziranih usluga2.6. Dizajn usluga: proces i alati