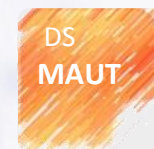


FMTU *Opatija*

www.fthm.uniri.hr



Marketing u turizmu

Diplomski sveučilišni studij

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Naselje Ika, Primorska 42, p.p. 97, 51410 OPATIJA

Tel: +385 51 294 700

 www.fthm.uniri.hr  dekanat@fthm.hr  facebook.com/FMTUOpatija



SVEUČILIŠTE U RIJECI
FAKULTET ZA MENADŽMENT
U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
OPATIJA, HRVATSKA

O studiju



Diplomski sveučilišni studij MARKETING U TURIZMU

Studijski program **Marketing u turizmu** oblikovan je sa svrhom da se studentima ponude oni nastavni sadržaji, koji će osigurati kvalitetnije komuniciranje sa turističkim tržištem, na način da turistički proizvod nađe put do kupca, da se uspješno valorizira i osigura poslovnom sustavu ili destinaciji bolju poziciju u odnosu na konkurenciju.

Program je orijentiran obrazovanju budućih menadžera u turizmu, ugostiteljstvu, hotelijerstvu i javnom sektoru. Naglasak je na razvoju specifičnih znanja, vještina i kompetencija iz područja marketinga u turizmu.

Kako do sada nije bilo takvog profila obrazovanja, potreba za ovom strukturom kadrova postoji, a time i mogućnost zapošljavanja budući se ovaj program razlikuje od srodnih programa općeg tipa usmjeravajući se na specifičnosti marketinga u turizmu.

Kontakt

Ured za studente

Tel.: ++385 51 294 200

E-mail: studentska@fthm.hr

detaljnije o studiju: www.fthm.uniri.hr



Uvjeti upisa

Za upis na diplomski sveučilišni studij "Marketing u turizmu" (60 ECTS) mogu se prijaviti kandidati s diplomom sveučilišnog prvostupnika ekonomije (240 ECTS).

Trajanje studija

Trajanje studija: 2 semestra (jedna godina studija).
 Diplomski sveučilišni studij izvodi se na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji kao redoviti studij ili izvanredni studij.

Po završetku diplomskoga sveučilišnog studija polaznik stječe akademski naziv: magistar/magistra ekonomije – kratica: mag. oec. (300 ECTS).

Mogućnost nastavka studija na višoj razini

Nakon završetka diplomskog sveučilišnog studija studenti/ice imaju mogućnost upisati:

- poslijediplomski doktorski studij,
- poslijediplomski specijalistički studij,
- programe cjeloživotnog učenja.



Ishodi učenja

U okviru ovog programa studenti će steći specifičnu naobrazbu te uravnotežen odnos znanja, vještina i kompetencija iz područja marketinga u turizmu. Nakon završenoga studijskog programa studenti će biti sposobni:

- pravilno tumačiti i interpretirati temeljne pojmove vezane uz turizam i marketing u turizmu;
- objasniti, interpretirati i razlikovati značajke marketinškog pozicioniranja turističkog proizvoda turističke destinacije;
- analizirati važnost primjene strategije marketinga za konkurentnost turističke destinacije i turističkog proizvoda u okruženju;
- implementirati suvremene spoznaje o marketinškom komuniciranju na razini turističke destinacije;
- istraživati tržišne odnose ponude i potražnje motivirane novim trendovima u turizmu kao podloge za izbor marketinških aktivnosti;
- razumjeti i implementirati promjene koje suvremeno tržište nameće sudionicima turističke ponude u oblikovanju politike marketinga i u izboru metoda i tehnika prilagođenih specifičnostima hotelijerstva, restoraterstva, kampova, turističkih naselja i ostalih sudionika turističke ponude, povezanih u sinergijskom odnosu na razini turističke destinacije.

Obilježja studija

- Interaktivni odnos nastavnika i studenata
- Rad u malim skupinama
- Naglasak na interdisciplinarna znanja nužna pri istraživanju i implementaciji marketinga u turizmu
- Aktualne i istraživačke teme seminarskih radova, casestudija, projektnih zadataka, radionica i sl.

Mogućnost zaposlenja

Nakon završenoga studijskog programa magistri/magistre ekonomije imaju mogućnost zapošljavanja:

- u turističkim zajednicama,
- turističkim organizacijama, agencijama i udrugama,
- hotelijerstvu i restoraterstvu,
- sustavu obrazovanja, javnom sektoru, medijima
- svim selektivnim oblicima turističke ponude i pratećim industrijama gdje se traže specifična znanja iz područja marketinga u turizmu.



Obvezni predmeti

- Metodologija znanstvenog istraživanja
- Strateški menadžment u turizmu
- Turistička potrošnja
- Upravljanje markama i promocija u turizmu
- Poslovno komuniciranje u turizmu
- Primijenjena ekonometrija
- Strateški marketing u turizmu
- Istraživanje turističkog tržišta

Izborni predmeti



Web dizajn u turizmu i hotelijerstvu, Menadžment vjerskih događaja, Poslovna kultura i etika, Nacionalna ekonomija, Cost Management, Standardi u ugostiteljstvu, Financijska tržišta i institucije, Poduzetništvo u kulturi, Ekonomika Europe i turizam, Kulturni turizam, Nautički turizam, Poslovna inteligencija, Menadžment EU projekata, Komparativni fiskalni sustavi, Međunarodno kretanje kapitala, Vrednovanje poduzeća