

## DETALJNI IZVEDBENI NASTAVNI PLAN PREDMETA

| OPĆE INFORMACIJE   |   |   |                           |                            |  |
|--|---|---|---------------------------|----------------------------|--|
| <b>Naziv predmeta</b>  | Brendiranje u turizmu   |   |                           |                            |  |
| <b>Studijski program</b>   | Marketing u turizmu   |   |                           |                            |  |
| <b>Smjer</b>   |   |   |                           |                            |  |
| <b>Godina studija</b>  | 1.  |   |                           |                            |  |
| <b>Status predmeta</b>   | Obvezni   |   |                           |                            |  |
| <b>Mogućnost izvođenja nastave na engleskom jeziku</b>   | Ne  |   |                           |                            |  |
| <b>Mrežna stranica predmeta</b>  | <a href="https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=135232">https://moodle.srce.hr/2022-2023/course/view.php?id=135232</a> |   |                           |                            |  |
| <b>Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave</b>  | <b>ECTS koeficijent opterećenja studenata</b>   | 6 ECTS-a  |                           |                            |  |
|  | <b>Broj sati (P+V+S)</b>  | 60 (30 + 0 + 30)                                |                           |                            |  |
| <b>Nositelj predmeta</b>   | <b>Ime i prezime</b>  | Izv.prof.dr.sc. Lidija Bagarić                  |                           |                            |  |
|  | <b>Kabinet</b>  | 304   |                           |                            |  |
|  | <b>Konzultacije</b><br>- Opatija  | Ponedjeljak: 11,30-13,30<br>Utorak: 15,00-17,00 |                           |                            |  |
|  | <b>Telefon</b>  | 051/294 692                                     |                           |                            |  |
|  | <b>e-mail</b>   | lidijab@fthm.hr                                 |                           |                            |  |
| <b>Suradnik na predmetu</b>  | <b>Ime i prezime</b>  |   |                           |                            |  |
|  | <b>Kabinet</b>  |   |                           |                            |  |
|  | <b>Konzultacije</b>   |   |                           |                            |  |
|  | <b>Telefon</b>  |   |                           |                            |  |
|  | <b>e-mail</b>   |   |                           |                            |  |
| OPIS PREDMETA  |   |   |                           |                            |  |
| <b>Ciljevi predmeta</b>  |   |   |                           |                            |  |
| Cilj predmeta je studentima predstaviti važnost brenda i koristi brendiranja, s posebnim naglaskom na područje turizma. Cilj je također da studenti spoznaju na koji se način turistički brendovi stvaraju i mijenjaju svoje značenje u interakciji s društvom te se upoznati sa strategijom kreiranja brenda, načinom komunikacije brenda, mjerenja vrijednosti i upravljanja brendom.  |   |   |                           |                            |  |
| <b>Očekivani ishodi učenja za predmet</b>  |   |   |                           |                            |  |
| <p>Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objasniti važnost brenda i koristi koje brendiranje pruža turističkim subjektima i turistima</li> <li>2. Odabrati prikladnu strategiju kreiranja i pozicioniranja brenda</li> <li>3. Samostalno kreirati elemente turističkog brenda</li> <li>4. Procijeniti koji oblik komunikacije je najprikladniji za određeni turistički brend</li> <li>5. Analizirati i kritički prosuđivati turističke brendove</li> </ol> |   |   |                           |                            |  |
| <b>Vrste izvođenja nastave</b>   |   |   |                           |                            |  |
| Predavanja, seminarska nastava i mentorski rad   |   |   |                           |                            |  |
| <b>Obveze studenata i način vrednovanja obveza (povezivanje ishoda učenja, nastavnih metoda i ocjenjivanja)</b>  |   |   |                           |                            |  |
| <b>Vrsta aktivnosti</b>  | <b>ECTS dodijeljen aktivnosti</b>   | <b>Ishod učenja</b>                             | <b>Aktivnost studenta</b> | <b>Metoda ocjenjivanja</b> | <b>Bodovi (maximum po vrijednosti)</b> |

|  |     |      |   |   |     |
|--|-----|------|---|---|-----|
| Pohađanje nastave                          | 2   | 1-6  | Prisustvo:<br>>75%  | Evidencija prisutnosti na nastavi                 | 0   |
| Aktivnost na nastavi                       |     | 1-6  | Aktivno uključivanje u rasprave i ispunjavanje zadanih aktivnosti |   | 0   |
| Projektni zadatak                          | 0,5 | 1-6  | Predaja rada prema zadanim kriterijima                            | Pismeno izražavanje i kreativnost                 | 10  |
| Prezentacija                               | 0,5 | 1-6  | PPT prezentacija rada i raspravljanje o temi                      | Usmeno izražavanje i rasprava                     | 6   |
| Praktični rad                              | 0,5 | 1-2  | Odabir i primjena prikladne strategije brendiranja                | Pismeno izražavanje prema zadanim elementima      | 6   |
| Kontinuirana provjera znanja (2 kolokvija) | 1,5 | 1- 6 | Priprema za periodičnu provjeru znanja                            | 0-24 boda po kolokviju, ovisno o stupnju točnosti | 48  |
| Završni ispit                              | 1   | 1- 6 | Priprema za završni ispit   | 0-30 bodova, ovisno o stupnju točnosti            | 30  |
| <b>Ukupno ECTS</b>                         | 6   |      |   | <b>Ukupno bodovi</b>                              | 100 |

### Napomene i opis aktivnosti

Studenti mogu pristupiti polaganju završnog ispita ukoliko su ostvarili minimalno 75% prisutnosti na nastavi i ukoliko sudjeluju u minimalno 35% aktivnosti ukupnog nastavnog procesa kojeg čine gore navedene aktivnosti. Ispitni prag na završnom ispitu je minimalno 50% uspješno riješenog ispita. Studenti pišu praktični rad vezan uz razumijevanje strategije brendiranja, a ocjenjuje se prema ispunjenju zadanih elemenata.

Projektni zadatak piše se timski na prethodno zadanu temu. Ocjenjuje se projektna ideja i osobna prezentacija studenata.

Kontinuirana provjera znanja podrazumijeva 2 kolokvija u pismenom obliku, a obuhvaća ukupno 12 pitanja (10 zatvorenih pitanja s jednim točnim odgovorom i 2 otvorena pitanja)

Kolokviji i završni ispit se pripremaju iz osnovne literature i power point prezentacija s predavanja. Kolegij se djelomično izvodi i kao e-kolegij putem sustava Merlin u dijelu praćenja i ocjenjivanja aktivnosti studenata.

Završni ispit sastoji se od 10 pitanja, od čega 5 zatvorenih i 5 otvorenih pitanja, a boduju se prema

Pravilniku o ocjenjivanju.

### Sustav ocjenjivanja

Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU.

## LITERATURA

### Obvezna literatura

1. Vranešević, T. (2007). Upravljanje markama. Zagreb: Accent.
2. Anholt, S. (2009). Konkurentan identitet: novo upravljanje markama država, gradova i regija. Zagreb: M plus.

### Dopunska literatura

1. Kesić, T. (2003). Integrirana marketinška komunikacija. Zagreb: Opinio.
2. Pavlek, Z. (2008). Branding: kako izgraditi najbolju marku. Zagreb: MEP Consult.
3. Keller, K.L., Aperia, T. & Georgson, M. (2012). Strategic Brand Management, A European Perspective. London: Prentice Hall.

### Način praćenja kvalitete i uspješnosti izvedbe predmeta

Kvaliteta održane nastave prati se u skladu s aktima Sveučilišta u Rijeci. U zadnjim tjednima nastave tekućega semestra provodit će se anonimna anketa u kojoj će studenti evaluirati kvalitetu održane nastave iz ovog predmeta.

## ISPITNI ROKOVI

Raspored ispitnih rokova dostupan je na linku: <https://www.fthm.uniri.hr/studiji/diplomski-sveucilisni-studij/ispiti>

## DODATNE INFORMACIJE O PREDMETU

### Način informiranja studenta

Studenti dobivaju obavijesti o kolegiju putem sustava Merlin i mrežnih stranica Fakulteta <https://www.fthm.uniri.hr/>, Redovita informiranost je osobna odgovornost studenta.

## RASPORED NASTAVE

### REDOVITI STUDIJ

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

| R. br. | Datum / vrijeme od – do / dvorana                 | Vrsta nastave | Tema  | Grupa | Izvoditelj |
|--------|---|---------------|---|-------|------------|
| 1.     | 03.10.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite      | Uvodno predavanje – uvodne informacije<br>Važnost brenda i koristi u području turizma   | MAUT  | L. Bagarić |
|        |   | S/onsite      | Uvodna prezentacija o načinu izrade i prezentacije projektnog zadatka i praktičnog rada | MAUT  | L. Bagarić |
| 2.     | 10.10.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite      | Identitet i imidž turističkog brenda  | MAUT  | L. Bagarić |
|        |   | S/onsite      | Izlaganje radova  | MAUT  | L. Bagarić |
| 3.     | 17.10.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite      | Pravna zaštitljivost  | MAUT  | L. Bagarić |
|        |   | S/onsite      | Izlaganje radova  | MAUT  | L. Bagarić |



|     |   |          |   |      |            |
|-----|---|----------|---|------|------------|
| 4.  | 24.10.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Strategija kreiranja brenda                   | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 5.  | 31.10.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Strateško upravljanje brendovima u turizmu    | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 6.  | 07.11.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Vrijednost i mjerenje vrijednosti brenda      | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              |      |            |
| 7.  | 14.11.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Životni ciklus brenda                         | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 8.  | 21.11.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Sociološki i kulturološki aspekti brenda      | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 9.  | 28.11.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Kolokvij 1                                    | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 10. | 05.12.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Pozicioniranje Brenda i konkurentni identitet | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 11. | 12.12.2022.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Komunikacija brenda                           | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 12. | 19.12.2021.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Uloga marketinških agencija                   | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 13. | 9.01.2023.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5  | P/onsite | Pregled gradiva za kolokvij                   | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              | MAUT | L. Bagarić |
| 14. | 16.01.2023.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Kolokvij 2                                    | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite | Izlaganje radova                              |      |            |
| 15. | 23.01.2023.<br>8,30-10,15<br>10,15-12,30<br>Dv B5 | P/onsite | Nadoknade i priprema za završni ispit         | MAUT | L. Bagarić |
|     |   | S/onsite |   |      |            |

#### IZVANREDNI STUDIJ OPATIJA

Nastava na predmetu odvijat će se prema sljedećem rasporedu:

| R.br. | Datum                      | Vrsta nastave | Tema  | Izvoditelj |
|-------|----------------------------|---------------|---|------------|
| 1.    | 18.10.2022.<br>16,30-18,45 | P/online      | Uvodno predavanje – uvodne informacije<br>Važnost brenda i koristi u području turizma | L. Bagarić |



|    |  |          |   |            |
|----|--|----------|---|------------|
|    | 18,45-20,45  |          | Identitet i imidž turističkog brenda<br>Pravna zaštitljivost  |            |
|    |  | S/online | Uvodna prezentacija o načinu izrade i prezentacije projektnog zadatka   | L. Bagarić |
| 2. | 08.11.2022.<br>16,30-18,45<br>18,45-20,45<br>Dv B1 | P/onsite | Strategija kreiranja brenda<br>Strateško upravljanje brendovima u turizmu<br>Vrijednost i mjerenje vrijednosti brenda<br>Životni ciklus brenda  | L. Bagarić |
|    |  | S/onsite | Pisanje eseja   | L. Bagarić |
| 3. | 29.11.2022.<br>16,30-18,45<br>18,45-20,45<br>Dv B1 | P/onsite | Sociološki i kulturološki aspekti brenda<br>Pozicioniranje Brenda I konkurentni identitet<br>Komunikacija brenda<br>Uloga marketinških agencija | L. Bagarić |
|    |  | S/onsite | Kolokvij 1  | L. Bagarić |
| 4. | 20.12.2022.<br>16,30-18,45<br>18,45-20,45          | P/online | Projektni zadatak   | L. Bagarić |
|    |  | S/online |   |            |
| 5. | 24.01.2023.<br>16,30-18,45<br>18,45-20,45<br>Dv B1 | P/onsite | Kolokvij 2  | L. Bagarić |
|    |  | S/onsite | Izlaganje radova  | L. Bagarić |