



Opis predmeta

Opće informacije		
Nositelj predmeta	Izv. prof. dr. sc. Dina Lončarić	
Naziv predmeta	Istraživanje turističkog tržišta	
Studijski program	Diplomski sveučilišni studij "Marketing u turizmu"	
Status predmeta	Obvezni	
Godina	1.	
Bodovna vrijednost i način izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	6 ECTS-a
	Broj sati (P+V+S)	60 (30+0+30)

1. OPIS PREDMETA

1.1. Ciljevi predmeta

Temeljni cilj kolegija je razvoj vještina potrebnih za planiranje i provedbu projekta istraživanja turističkog tržišta. Ukazivanjem na teorijske spoznaje o suvremenim načinima praćenja turističkih tržišta, analize tržišne potražnje i ponašanja potrošača na turističkom tržištu, te praktičnom provedbom istraživačkog projekta studenti će se osposobiti za planiranje, organiziranje i provedbu procesa istraživanja turističkog tržišta. Spoznajom o instrumentariju potrebnom za istraživanje tržišta i razvojem analitičkog mišljenja studenti će savladati proces istraživanja tržišta u funkciji donošenja marketinških odluka.

1.2. Uvjeti za upis predmeta

Nema.

1.3. Očekivani ishodi učenja za predmet

Nakon odslušanog i položenog predmeta student će biti sposoban:

- Interpretirati temeljne kategorije koje se vezuju uz područje istraživanja tržišta
- Definirati problem istraživanja, postaviti istraživačka pitanja i razviti hipoteze istraživanja
- Sastaviti plan istraživanja tržišta, definirati uzorak i odrediti metode istraživanja
- Oblikovati instrument istraživanja
- Primjenom odgovarajućih metoda analizirati prikupljene podatke i donositi zaključke
- Sastaviti izvještaj i prezentirati rezultate istraživanja tržišta

1.4. Sadržaj predmeta

Značaj i osobitosti istraživanja turističkog tržišta. Marketing informacijski sustav u turizmu. Proces istraživanja turističkog tržišta. Vrste istraživanja tržišta u turizmu. Prikupljanje i analiza sekundarnih podataka. Određivanje uzorka i prikupljanje primarnih podataka. Osnove deskriptivne statističke analize. Osnove bivarijatne i multivarijatne statističke analize. Analiza kvalitativnih podataka. Prikazivanje rezultata i izvještavanje. Istraživanje za potrebe segmentacije tržišta. Ostala područja istraživanja tržišta u turizmu. Etika u istraživanju tržišta.

1.5. Vrste izvođenja nastave	<input checked="" type="checkbox"/> predavanja <input checked="" type="checkbox"/> seminari i radionice <input checked="" type="checkbox"/> vježbe <input type="checkbox"/> obrazovanje na dalji <input type="checkbox"/> terenska nastava	<input checked="" type="checkbox"/> samostalni zadaci <input type="checkbox"/> multimedija i mreža <input type="checkbox"/> laboratorij <input checked="" type="checkbox"/> mentorski rad <input type="checkbox"/> ostalo
------------------------------	--	---

1.6. Komentari



1.7. Obveze studenata							
Pohađanje nastave, proučavanje literature i aktivno sudjelovanje na nastavi, izrada plana istraživanja, provođenje istraživanja tržišta i prezentacija rezultata, sudjelovanje u kontinuiranim provjerama znanja, polaganje završnog ispita.							
1.8. Praćenje¹ rada studenata							
Pohađanje nastave	2,0	Aktivnost u nastavi		Seminarski rad		Eksperimentalni rad	
Pismeni ispit	1,0	Usmeni ispit		Esej		Istraživanje	0,3
Projekt	1,5	Kontinuirana provjera znanja	1,2	Referat		Praktični rad	
Portfolio							
1.9. Postupak i primjeri vrednovanja ishoda učenja tijekom nastave i na završnom ispitu							
Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu provodi se temeljem Pravilnika o ocjenjivanju studenata FMTU. Za svaki kolegij izrađuje se detaljni izvedbeni nastavni plan kojim se usklađuju aktivnosti, studentsko opterećenje, ishodi učenja i metode ocjenjivanja.							
1.10. Obvezna literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Marušić, M., Prebežac, D. & Mikulić, J. (2019). Istraživanje turističkih tržišta (2. izd.). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.							
1.11. Dopunska literatura (u trenutku prijave prijedloga studijskog programa)							
1. Nykiel, R. (2007). Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism. Binghampton: The Haworth Press. 2. Veal, A.J. (2011). Research methods for leisure and tourism: A practical guide (4th ed.). Edinburgh Gate: Pearson Education. 3. Ritchie, B.W., Burns, P. & Palmer, C. (2005). Tourism Research Methods: Integrating Theory With Practice. Cambridge: CABI.							
1.12. Broj primjeraka obvezne literature u odnosu na broj studenata koji trenutno pohađaju nastavu na predmetu							
<i>Naslov</i>					<i>Broj primjeraka</i>	<i>Broj studenata</i>	
Marušić, M., Prebežac, D. & Mikulić, J. (2019). Istraživanje turističkih tržišta (2. izd.). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet.					20		
1.13. Načini praćenja kvalitete koji osiguravaju stjecanje izlaznih znanja, vještina i kompetencija							
Kvaliteta programa, nastavnog procesa, vještine poučavanja i razine usvojenosti gradiva ustanovit će se provedbom pismene evaluacije opsežnim upitnicima te na druge načine predviđene prihvaćenim standardima, sukladno Pravilniku o sustavu osiguravanja i unapređivanja kvalitete Sveučilišta u Rijeci i Pravilniku o sustavu osiguranja i unapređivanja kvalitete Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.							

¹ **VAŽNO:** Uz svaki od načina praćenja rada studenata unijeti odgovarajući udio u ECTS bodovima pojedinih aktivnosti tako da ukupni broj ECTS bodova odgovara bodovnoj vrijednosti predmeta. Prazna polja upotrijebiti za dodatne aktivnosti.