

NAZIV KOLEGIJA	Prodajno poslovanje u turizmu	
Studijski program	Stručni diplomski studij Menadžment, modul Destinacijski menadžment	
Nositelj kolegija	Osobe koje ispunjavaju uvjete utvrđene Zakonom o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti	
Status kolegija	Obavezni	
Godina	2. godina (3. semestar)	
Bodovna vrijednost i oblik izvođenja nastave	ECTS koeficijent opterećenja studenata	5
	Broj sati (P+V+S)	60 (30P + 30V + 0S)
OPIS KOLEGIJA		
<i>Ciljevi kolegija</i>		
Ovladati teorijskim i praktičkim znanjima iz područja prodajnog poslovanja u turizmu s posebnim naglaskom na psihologiji prodaje i aktualnim trendovima korištenja suvremene informatičke tehnologije.		
<i>Uvjeti za upis kolegija</i>		
Temeljna znanja iz osnova marketinga stečena na prijediplomskoj razini studija kroz kolegij „Osnove marketinga“ ili neki drugi srodni kolegij koji daje ekvivalentno predznanje.		
<i>Očekivani ishodi učenja za kolegij</i>		
IU1: Kritički preispitati ključne komponente procesa prodaje u turizmu. IU2: Preispitati ponašanje kupaca i individualnih potrošača na zadanom primjeru. IU3: Analizirati proces donošenja odluke o kupnji na zadanom primjeru. IU4: Valorizirati ulogu prodajne funkcije poslovnih subjekata u turizmu. IU5: Preporučiti optimalnu politiku prodaje usluga. IU6: Usporediti pregovaračke strategije i taktike. IU7: Kritički objasniti i analizirati značaj marketinškog informacijskog sustava u prodaji.		
<i>Sadržaj kolegija</i>		
Teorijski pristup prodaji. Upravljanje procesom prodaje u turizmu. Marketing-informacijski sustav za potrebe prodajnih odnosa. Istraživanje tržišta prodaje. Klasifikacija proizvoda krajnje potrošnje i proizvoda poslovne potrošnje. Priroda, karakteristike i klasifikacija usluga u turizmu. Utjecaj životnog ciklusa turističkog proizvoda na politiku prodaje. Psihologija u procesima prodaje. Proces odlučivanja kupaca i modeli ponašanja u kupnji. Ponašanje potrošača u kupnji turističko-ugostiteljskih proizvoda. Izbor i usavršavanje prodajnog osoblja. Upravljanje prodajnim osobljem. Organizacija prodaje u turizmu. Posebni slučajevi politike prodaje na poslovnim tržištima. Vještine prodavanja i pregovaranja. Prodaja na turističkom tržištu u e-okruženju.		
<i>Ocjenjivanje i vrednovanje rada studenata tijekom nastave i na završnom ispitu</i>		
Ocjenjivanje se temelji na vrednovanju usvojenosti ishoda učenja na kolegiju. Ocjenjivanje se provodi kontinuirano tijekom nastave i/ili na ispitnom roku, u skladu s odredbama Pravilnika o načinu ocjenjivanja i vrednovanja rada studenata Veleučilišta u Virovitici i Izvedbenim planom nastave.		