

Naziv modula	MARKETING USLUGA
Popis strukovnih jediničnih skupova ishoda učenja iz standarda kvalifikacije	Marketing usluga
Kako učiti i raditi s ovim modulom	
Cilj modula	<ul style="list-style-type: none"> ▪ razumjeti ulogu usluge u modernom tržišnom gospodarstvu gdje one dominiraju te se brišu granice između materijalnih i materijalnih komponenti bilo kojeg proizvoda ▪ razumjeti usluge i njezine uloge u društvu polazi slijedom od izučavanja ponašanja korisnika usluga, izgradnje uslužnog modela, upravljanja marketinškim spletom, upravljanja zaposlenicima i proučavanja postizanja profitabilnosti organizacije stvaranjem dugoročnih odnosa s korisnicima i izgradnju lojalnosti ▪ poznavati okruženje i ulogu suvremenog marketinga u društvu, te sposobnost primjene marketinškog instrumentarija u djelatnostima kao što su npr. turizam, bankarstvo, osiguranje i neprofitne organizacije
Opis modula: /	
Nastavni predmet koji se izvode u ovom modulu:	Marketing usluga (4. Razred, 2 sata, 3 boda)

Nastavni predmet po razredima i ishodima učenjaNaziv nastavnog predmeta: **MARKETING USLUGA**Razred: **četvrti (4.)**

U četvrtom razredu polaznik će steći sljedeće ishode učenja:	<ol style="list-style-type: none"> 1. opisati specifičnosti usluga i uslužnih djelatnosti 2. objasniti specifičnosti elemenata marketinškog spleta u uslužnim djelatnostima 3. analizirati elemente ključne za oblikovanje marketinške strategije uslužnog poduzeća 4. prepoznati potrebu primjene marketinškog instrumentarija u pojedinim djelatnostima uslužnog sektora 5. prepoznati potrebu primjene marketinškog instrumentarija u neprofitnim organizacijama
Razrada	
Nastavne cjeline	Nastavni sadržaji
Značenje usluga u tržišnom gospodarstvu	Pojmovno određenje usluge Klasifikacija i specifična obilježja usluga Odnos uslužnog poduzeća i korisnika usluge
Ciljna tržišta	Istraživanje ciljnih tržišta Identifikacija i izbor ciljnih tržišta Segmentacija tržišta usluge Pozicioniranje usluge
Kvaliteta usluge	Subjektivnost kvalitete usluge Zadovoljstvo korisnika usluge i rješavanje nezadovoljstva Izgradnja lojalnosti Marketing odnosa (CRM) Interni marketing Eksterni marketing Interaktivni marketing
Specifičnosti elemenata marketinškog spleta u uslužnom poduzeću	Proizvod Cijena Distribucija Promocija Proces Elementi fizičkog okruženja Ljudi
Strategije usluga i značenje marke	Strategije usluga Pojam marke Elementi vrijednosti marke
Marketing usluga posebnih područja	Specifičnosti marketinga usluga u bankarstvu Specifičnosti marketinga usluga u osiguranju Specifičnosti marketinga usluga u turizmu Specifičnosti marketinga usluga u ugostiteljstvu Specifičnosti marketinga usluga u telekomunikacijama Specifičnosti marketinga usluga u izdavaštvu
Marketing usluga neprofitnih organizacija	Ciljevi neprofitnog sektora Podjela neprofitnih organizacija Specifičnosti primjene marketinga u neprofitnim organizacijama Primjena marketinga u funkciji društvenog marketinga s ciljem razvoja programa radi utjecanja na prihvatljivost društvenih ideja
Napomene:	Nastavni se proces 75% vremena izvodi obradom novih teorijskih sadržaja radi zadovoljenja kriterija izvedbe navedenih ishoda, a 25% vremena služi za povezivanje i primjenu usvojenih teorijskih sadržaja vježbama. Dio sadržaja dodatno se usvaja terenskom nastavom (posjeti nekoj

	od uslužnih tvrtki i/ili neprofitnih organizacija - ovisno o geografskom položaju škole) i utvrđuje redovitim praćenjem rada polaznika kontinuiranom izradbom domaćih uradaka (kratkih izlaganja, seminara, mentalnih mapa, plakata i sl.).
Ostalo	
Metode i oblici rada:	<p>Metode: verbalne metode (metode usmenog izlaganja i dijaloška metoda), metoda demonstracije, tekstualno-ilustrativna metoda, metoda grafičkih radova, laboratorijske metode.</p> <p>Oblici: zajednički (frontalni), skupni, rad u parovima i individualni rad.</p> <p>Napomene: izbor metoda i oblika rada za svaki nastavni sat određuje nastavnik, sukladno nastavnim sadržajima, osobitosti polaznika te materijalnim i drugim uvjetima.</p>
Elementi i oblici praćenja i vrjednovanja polaznika:	<p>Elementi: usvojenost sadržaja, primjena sadržaja, suradnja u nastavnom procesu</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ USVOJENOST SADRŽAJA - usvojenost sadržaja predviđenih modulom usmenim provjerama, usvojenost sadržaja predviđenih modulom pismenim provjerama (zadaci objektivnog tipa), provjera usvojenosti stručne terminologije ▪ PRIMJENA SADRŽAJA - povezivanje nastavnog sadržaja s podacima dobivenim samostalnim istraživanjem, povezivanje stečenih kompetencija s primjerima iz prakse (analiza slučajeva, prezentacije, demonstracije), korelacija s ostalim obveznim i izbornim strukovnim modulima ▪ SURADNJA U NASTAVNOM PROCESU - praćenje domaćih uradaka u radnoj mapi, kontinuiranost i samostalnost u izradi domaćih zadataka, seminarskih radova, projektnih zadataka, odnos prema radu i odnos prema drugim polaznicima, motiviranost za predmet, razvijanje stvaralaštva i kreativnosti, suradnja u usvajanju nastavnih sadržaja, prezentacija grupnog/timskog rada ili rada u paru. <p>Oblici: usmena provjera, pisana provjera (rješavanje teorijskih i praktičnih zadataka, te prepoznavanje stručnih pojmova – na bazi logične primjene i zaključivanja), praktičan rad (domaći uradak, seminarski rad, radna mapa s individualnim zadacima za vježbu koje je kreirao nastavnik).</p>
Literatura	
Literatura za polaznike:	Prema Katalogu obveznih udžbenika i pripadajućih dopunskih nastavnih sredstava Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta.