

IZBORNI PREDMETI NA SPECIJALISTIČKIM STUDIJAMA

STUDIJSKI PROGRAM: **Menadžment organizatora putovanja**

I semestar

Upravljanje promocijom turističke destinacije

Kroz ovaj predmet studentima se pruža mogućnost: usvajanja znanja i vještina u oblasti pružanja turističkih usluga i razvoja turističkih preduzeća i turističkih destinacija; kreiranja modela menadžmenta turističkim poslovanjem; upoznavanja specifičnosti u ostvarivanju ciljeva aktivnosti u oblasti turističke privrede; primene modela, tehnika i alata u realnim i zahtevnim situacijama koje nastaju na području menadžmenta u turizmu, posebno u promociji i plasmanu turističkog proizvoda. Razvoj i način promocije i plasmana turističke destinacije zavisi od vrste i kvaliteta potencijala za razvoj turizma, kao i od njihovog korišćenja. Način i vrsta uključivanja lokalnog stanovništva u promociju i prezentaciju.

Predmet obuhvata 15 tematskih celina: Različiti aspekti posmatranja turističkog proizvoda; Specifičnosti i karakteristike turističkih proizvoda različitih subjekata na strani turističke ponude; Destinacijski proizvod kao najkompleksniji turistički proizvod; Specifična turistička tržišta i njihove karakteristike; Kreiranje turističkog proizvoda za potrebe specifičnih tržišta; Klasterizacija na strani turističke ponude i sinergetski efekti u kreiranju klaster proizvoda; Novi proizvodi u turizmu i predviđanje budućih tokova turističke ponude; Upravljanje turističkim proizvodom u vanrednim situacijama i kriznim periodima; Mesto i uloga promocijskog miksa u turizmu; Struktura i organizacija promocijskih aktivnosti; Promocija kompanijskog i destinacijskog turističkog proizvoda i njihove specifičnosti; Značaj promocije u upravljanju turističkim proizvodima i osvajanju novih tržišta; Korišćenje savremenih tehnologija u promociji u turizmu i dalji trendovi njihovog razvoja; Značaj turističkih organizacija u upravljanju sveukupnim razvojem destinacija; Odnosi sa javnošću kao deo promocijskog miksa na savremenom turističkom tržištu.

Menadžersko pravo

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Pojam preduzetnika; Zajedničke karakteristike privrednih društava; Pravne forme privrednih društava; Ortačko društvo; Komanditno društvo; Društvo sa ograničenom odgovornošću; Akcionarsko društvo; Osnivanje privrednog društva; Prestanak privrednog društva; Sanacija privrednog društva; Prinudno poravnanje; Stečaj privrednog društva; Likvidacija privrednog društva; Pojam radnog prava; Izvori radnog prava; Međunarodni izvori radnog prava; Predmet radnog prava; Individualno radno pravo; Radni odnos; Zasnivanje radnog odnosa; Radno vreme; Zarada, naknade zarade i druga primanja; Zaštita na radu; Odmori i odsustva; Izmene ugovora o radu; Ostvarivanje i zaštita prava zaposlenih; Prestanak radnog odnosa; Fleksibilno radno angažovanje; Faktički radni odnos; Zabrana diskriminacije; Mobing; Klauzula konkurencije; Kolektivno radno pravo; Materijalna odgovornost; Inspekcije rada; Socijalno osiguranje.

Liderstvo

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Definicija liderstva, opis liderstva, pristup liderstvu kao skupu osobina, pristup liderstvu kao skupu vještina, teorije liderstva, stilovi liderstva, leaderska tehnika, transformaciono liderstvo, timsko liderstvo, psihodinamički pristup liderstvu, žene i liderstvo, kultura i liderstvo, etika i liderstvo, politika i liderstvo.

Poslovanje globalnih hotelskih korporacija

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Pojam i nastanak hotelskih lanaca. Istorijska uslovljenost internacionalizacije poslovanja hotelskih lanaca. Oblici teritorijalnog širenja međunarodnih hotelskih lanaca. Međunarodni ugovori o franšizingu i menadžmentu. Ostali oblici poslovnog povezivanja u međunarodnom hotelijerstvu. Organizaciono okupljanje međunarodnih hotelskih lanaca. Nastanak i razvoj hotelskih

grupa kao izraz globalizacije hotelskog poslovanja. Poslovna filozofija globalnih hotelskih korporacija. Vizija, misija, osnovne vrednosti i poslovna kultura globalnih hotelskih korporacija. Inovacije u poslovanju globalnih hotelskih korporacija.

II semester

Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu

Cilj predmeta je ovladavanje problematikom suštine i koncepcije ponašanja i zaštite potrošača u turizmu. Ovim predmetom se naglašava značaj izučavanja ponašanja i zaštite potrošača u poslovanju savremenih organizatora putovanja i, teorijski i praktično, analizira način realizacije ovih aktivnosti u vezi sa poslovanjem turističke privrede.

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Strateško i operativno definisanje, kategorije i tipologija potrošača u turizmu, kao i modela ponašanja potrošača u turizmu. Istraživanje potrošača u turizmu i klijentele organizatora putovanja. Psihološka istraživanja potrošača u turizmu. Kreiranje vrednosti i zadovoljstvo potrošača. Lojalnost potrošača i korišćenje podataka od strane organizatora putovanja. Marketing odnosa sa potrošačima. Opšti pristup sigurnosti u turizmu. Zakonska regulativa zaštite korisnika turističkih usluga u EU. Zaštita korisnika turističkih usluga u zakonodavstvu Srbije. Društveno odgovorno poslovanje u turizmu.

Pregovaranje i poslovne prezentacije

Kroz teorijsku nastavu će se savladati osnove procesa komunikacije i pregovaranja, pojmovi komunikacije, pregovaranja i ubeđivanja, pregovaranje i poslovna komunikacija kao deo strateškog procesa, značaj navedenih procesa u okviru poslovnih sastanaka, pojam i proces poslovnih prezentacija uz tehničko tehnološka rešenja za izvođenje efikasnih i efektivnih prezentacija, mesto i ulogu pregovaranja i prezentacija u okviru menadžmenta i njihov značaj za pojedinca kao menadžera, pojam i karakteristike javnog obraćanja, govorništvo, pregovaranje i pregovaračke tehnike, psihologiju poslovne komunikacije i pregovaranja, poslovne prezentacije kao deo leaderskog komuniciranja, upotrebu pregovaranja, komuniciranja i prezentacija u okviru rešavanja kriznih situacija, komunikaciju sa poslovnim partnerima, klijentima i zaposlenima i razvoj ličnih sposobnosti kroz primenu ovih veština. Pri tome će se koristiti praktični primeri u cilju praktičnog razvoja ovih veština.

Menadžment hotelskih operacija

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Pojam i definisanje menadžmenta hotelskih operacija; Organizacija hotela; Receptijsko poslovanje; Menadžment nabavke i magacinsko poslovanje; Prodaja hotelskih kapaciteta; Menadžment hrane & pića; Menadžment hotelskog domaćinstva; Održavanje hotela; Krizni menadžment hotela; Primena ekoloških standarda u hotelu; Upravljanje troškovima u hotelu; Upravljanje Informacionim tehnologijama u hotelskom poslovanju.

Poslovni engleski jezik

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Pojam poslovanja i trgovine; brendovi; kompanije i njihova struktura; pojam novca kapitala i vrste prihoda i rashoda; vrste plaćanja tipovi ulaganja; tržišni principi i istraživanje tržišta; marketing i oglašavanje; pojam upravljanja, upravljanje projektima i ljudskim resursima, zapošljavanje i selekcija zaposlenih; značaj poslovne komunikacije i upotreba internet tehnologije.