

IZBORNI PREDMETI NA SPECIJALISTIČKIM STUDIJAMA

STUDIJSKI PROGRAM: **Upravljanje u turizmu**

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

Odnosi s javnošću u turizmu

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Modeli i karakteristike procesa komuniciranja u turističkom poslovanju; Misija i zadaci stručnjaka za odnose s javnošću u novom milenijumu; Istraživanje stavova javnosti i javnog mnjenja; Strategije i taktike komuniciranja; Komunikacijski miks: oglašavanje, lična prodaja, unapređenje prodaje, publicitet; Korporativni identitet, poslovni stil i imidž; Poslovni bon ton i protokol; Stvaranje i pozicioniranje robnih marki (brendova) na turističkom tržištu; Organizacija prakse u obavljanju odnosa s javnošću; Profesionalni standardi i etika u odnosima s javnošću; Ciljne grupe u turizmu i javno mnjenje; Odnosi sa internom javnošću: motivisanje zaposlenih i stvaranje tima; Odnosi sa potrošačima; Uloga i karakteristike medija: štampari, elektronski mediji i internet; Odnosi sa medijima: saopštenja, izjave, intervjui i konferencije za štampu; Upravljanje odnosima s javnošću; Lobiranje na međunarodnom tržištu.

Krizni menadžment u turizmu

Predmet obuhvata sledeće oblasti: Krizni menadžment je kao naučno-teorijska disciplina i racionalno osmišljena praksa, počeo da se razvija u drugoj polovini XX veka. Nastava iz ovog predmeta će se baviti sticanjem znanja o vrstama, simptomima i procesu poslovne krize. Sticanjem specifičnih znanja o instrumentima preventivnog delovanja, identifikacije i reaktivnog upravljanja poslovnom krizom u turističkim preduzećima i delatnostima koje opslužuju ova preduzeća. Upoznavanje sa mogućnostima operativnog i strategijskog obnavljanja preduzeća u turizmu.

Upravljanje informacionim sistemima u turizmu

Teorijski deo predmeta obuhvata teme vezane za sledeće oblasti: Koncepti i menadžment informacionih tehnologija; Strateški informacioni sistemi za konkurentsku prednost; Planiranje informacione tehnologije i reorganizacija poslovnog procesa; Ekonomija informacione tehnologije; Izgradnja informacionog sistema; Upravljanje informacionim resursima i bezbednost; Implementacija informacione tehnologije na sektor turizma; Uticaj turističke tražnje na razvoj e-poslovanja; Elektronsko poslovanje i turistička ponuda; Upravljanje u e-turizmu; Razvoj globalnih distribucionih sistema; Informacioni sistemi avio prevoznika, hotela, turoperatora, turističkih agencija, za upravljanje destinacijama; E-marketing i komuniciranje u turizmu; Elektronski kanali prodaje i distribucije u turizmu. **Praktični deo predmeta obuhvata:** Osnove algoritimizacije problema; Osnove programiranja serverske komponente web aplikacija u jeziku PHP; Komunikaciju klijenta i servera korišćenjem HTML formi; Osnove jezika SQL za upravljanje bazom podataka i povezivanje baze podataka sa PHP web aplikacijom; Bezbednost web aplikacije.

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.