

Спецификација предмета за књигу предмета

Студијски програм		Менаџмент организатора путовања	
Изборно подручје (модул)			
Врста и ниво студија		Специјалистичке струковне студије	
Назив предмета		Управљање промоцијом туристичке дестинације	
Наставник (за предавања)		Ћосић С. Маја, Шимичевић Д. Дарио	
Наставник/сарадник (за вежбе)		Скаун М. Урош	
Наставник/сарадник (за ДОН)			
Број ЕСПБ	6	Статус предмета (обавезни/изборни)	изборни
Услов			
Циљ предмета	<p>Кроз овај предмет студентима се пружа могућност: усвајања знања и вештинау области пружања туристичких услуга и развоја туристичких предузећа и туристичких дестинација; креирања модела менаџмента туристичким пословањем; упознавања специфичности у остваривању циљева активности у области туристичке привреде; примене модела, техника и алата у реалним и захтевним ситуацијама које настају на подручју менаџмента у туризму, посебно у промоцији и пласману туристичког производа. Развој и начин промоције и пласмана туристичке дестинације зависи од врсте и квалитета потенцијала за развој туризма, као и од њиховог коришћења. Начин и врста укључивања локалног становништва у промоцију и презентацију туристичке дестинације. Због тога је и циљ овог предмета да студенти стекну знања потребна како за теоријску тако и за примењену промоцију, презентацију продају и управљање туристичким производом.</p>		
Исход предмета	<p>Имајући у виду брзину производње знања и развоја нових технологија у појединим подручјима овај предмет мора да понуди она знања која се могу применити и имплементирати кроз рад у туристичкој привреди. Због тога се посебна важност придаје оним знањима која омогућавају студентима:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Препознавање и имплементацију модела и приступа управљању у туризму ради савладавања бројних изазова на турбулентном туристичком тржишту; • Примена модела одлучивања на нивоу туристичког предузећа и туристичке дестинације; • Управљање производом и промоцијом у туризму; • Управљање туристичким развојем; • Обављање свих менаџерских и маркетиншких послова у јавном сектору туризма; • Креирање промоционог микса у туризму; • Креирање и промоцију туристичког производа на микро и макро нивоу пословања у туризму; • Директно укључивање у туристичку привреду. • управљање креирањем и пласманом туристичког производа на домаћем и међународном туристичком тржишту; • директно суочавање са свим променама у дестинацији и да кроз примену маркетинг микса учвршћивање приоритетног места дестинације на туристичком тржишту; • брзо и успешно одговарање на промене у пословању на глобалном и локалном нивоу. 		
Садржај предмета			
Теоријска настава	<p>Предмет обухвата 15 тематских целина: Различити аспекти посматрања туристичког производа; Специфичности и карактеристике туристичких производа различитих субјеката на страни туристичке понуде; Дестинацијски производ као најкомплекснији туристички производ; Специфична туристичка тржишта и њихове карактеристике; Креирање туристичког производа за потребе специфичних тржишта; Кластеризација на страни туристичке понуде и синергетски ефекти у креирању кластер производа; Нови производи у туризму и предвиђање будућих токова туристичке понуде; Управљање туристичким производом у ванредним ситуацијама и кризним периодима; Место и улога промоционог микса у туризму; Структура и организација промоционих активности; Промоција компанијског и дестинацијског туристичког производа и њихове специфичности; Значај промоције у управљању туристичким производима и освајању нових тржишта; Коришћење савремених технологија у промоцији у туризму и даљи трендови њиховог развоја; Значај туристичких организација у управљању свеукупним развојем дестинација; Односи са јавношћу као део промоционог микса на савременом туристичком тржишту.</p>		

Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)	На већем броју студија случајева уочићемо позитивне и негативне примере развоја туристичких дестинација, управљања развојем и креирањем туристичких производа и примене промоције у туризму.
---	--

Литература	
1	Luiz Motinho, Стратешки менаџмент у туризму, Masmedia, Zagreb, 2005
2	Огњен Бакић, Маркетинг менаџмент туристичке дестинације, EDUCONS University, Sremska Kamenica, 2009
3	Chris Cooper, John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, Stephen Wanhill, Tourism, Principles and Practice, Prentice Hall, England, 2008
4	Tom Powers, Clayton W. Barrows, Management in the Hospitality Industry, John Wiley and Sons, 2006
5	Middleton, V.T.C, Clarke, J., Marketing in travel and tourism, BH, Oxford, 2002
6	М. Тодоровић, С. Штетић: Рурални туризам, Универзитет у Београду, Географски факултет, 2009
7	A.Waissmann: Travel around the world, ATW, Aostin 1997
8	Ђ.Чомић, Љ.Косар и С.Штетић: Глобална Фуга, ЂС, Београд 2000
9	Група аутора: Менаџмент туристичке дестинације, СГД, 2009
10	Д.Јовичић: Менаџмент туристичких дестинација, Zelnid, Београд, 2002

Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године

Предавања	Вежбе	ДОН	Студијски истраживачки рад	Остали часови
2	3			

Методе извођења наставе	Предавања се обављају методом дијалога и презентације. На вежбама се користи демонстрација и практичан рад на изради задатих пројеката. Нагласак је на самосталном решавању проблема путем извођења практичних вежби.
--------------------------------	---

Оцена знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавез	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	0
практична настава	5	усмени испит	60
колоквијуми	20		
семинари	10		