

**Osnovna literatura: „Turističko vođenje – teorija i praksa“, VTŠ, Beograd, 2015.**

1. Turističko vođenje – pojam i definisanje
  2. Distinkcije u kategorijama turističkog vođenja
  3. Definicija pojma turistički vodič i turistički pratilac u EU
  4. Upotreba termina turistički vodič u praksi
  5. Istorijsko poreklo i razvojni put turističkog vođenja
  6. Koncept uloga i poduloga turističkog vodiča
  7. Model dinamike i strukture uloge turističkog vodiča
  8. Posredovanje u pristupu destinacijama i atrakcijama
  9. Posredovanje u informisanju turista
  10. Posredovanje u međuljudskim kontaktima
  11. Turističko vođenje i kulturna medijacija
  12. Globalni i lokalni aspekti medijacije
  13. Interkulturalna kompetentnost
  14. Interpretacija kao oblik medijacije
  15. Turističko vođenje i odgovorni turizam
  16. Ekoturističko vođenje
  17. Pojam i definisanje vođene ture
  18. Vođena tura kao vrednost za potrošača
  19. Vođena tura kao turistički doživljaj
  20. Tipologija vođenih tura
- 
21. Metodika turističkog vođenja
  22. Struktura radnog zadatka turističkog vodiča
  23. Struktura vođene ture i aktivnosti vodiča

24. Specifičnost vođenja na pešačkoj turi
25. Specifičnost vođenja na autobuskoj turi
26. Specifičnost vođenja kada je vodič istovremeno i vozač
27. Komunikaciona kompetentnost turističkog vodiča
28. Verbalna komunikacija u turističkom vođenju
29. Neverbalna komunikacija u turističkom vođenju
30. Vodički komentar i načela dobrog komentara
31. Informativnost i prilagođenost auditorijumu
32. Usklađenost sa vizuelnim informacijama i način usmeravanja pažnje
33. Odnos prema delikatnim i “teškim” temama
34. Posebni načini realizacije komentara
35. Karakteristike interpretativnog komentara
36. Upravljanje dinamikom turističke grupe
37. Turistička grupa kao skup pojedinaca
38. Opšti obrasci ponašanja i individualne reakcije u turističkoj grupi
39. Uticaj nacionalne pripadnosti na turističko ponašanje
40. Pojam nacionalne kulture i njene dimenzije

41. Turističko vođenje kao zanimanje - osnovne karakteristike
42. Strategije pribavljanja posla u turističkom vođenju
43. Emocionalni rad u turističkom vođenju
44. Kvalitet usluge turističkog vodiča
45. Lične osobine vodiča kao faktor kvaliteta
46. Uticaj vodiča na kvalitet turističkog proizvoda
47. Turističko vođenje u destinacijskom lancu vrednosti

48. Proces donošenja odluke
49. Teorija očekivane vrednosti
50. Turističko vođenje i satisfakcija potrošača
51. Očekivanja potrošača
52. Struktura stavova
53. Uzroci i oblici ispoljavanja nezadovoljstva učesnika ture
54. Stil života i psihografska segmentacija
55. Pojam satisfakcije
56. Monitoring standarda turističkog vođenja
57. Etički kodeksi, strukovna udruženja, nagrade i priznanja
58. Edukacija i obuka
59. Standard EN 15565 (Uslovi pružanja i program obuke turističkih vodiča)
60. Sertifikacija i licenciranje

**Tematika za I kolokvijum:** do 110.str.

**Tematika za II kolokvijum:** 112-168.str (i gradivo iz prezentacije „Kulturološki aspekti ponašanja potrošača“)

**Tematika za usmeni deo:** 169-248.str. (i gradivo iz prezentacija „Očekivanja i stavovi potrošača“, „Satisfakcija potrošača i stil života“).