

## УПУТСТВО ЗА ИЗРАДУ СЕМИНАРСКОГ РАДА



ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА  
СТРУКОВНИХ СТУДИЈА

НАСЛОВ РАДА  
(ВЕЛИКИМ СЛОВИМА, TIMES NEW ROMAN – фонт 16)  
семинарски рад из предмета "Туристичка географија"  
- фонт 12

Професор:  
др Александра Вујко

Студент:  
Име, презме, број индекса

Нови сад, 2014

ИЗГЛЕД НАСЛОВНЕ  
СТРАНЕ

Семинарски рад се ради у програму Microsoft Word, у фонту Times New Roman (ћирилица), са проредом Single. Величина слова у тексту (Font Size) је 12. Маргине: Top 2 cm, Bottom 2 cm, Left 2.5 cm, Right 2 cm.

Дужина рада: минимум 15 страна. Странице у раду нумерисати (прва страна и садржај се не нумеришу).

Наслови у тексту морају бити ранжирани. Рангирање можете вршити на два начина.

**1. начин** - наслови у тексту ранжирани обликом и величином слова:

- наслови главних поглавља (сва слова велика, наслов центриран): величина 14 Font Size, задебљана слова - Bold);

- поднаслови главних поглавља (сва слова велика, наслов не мора бити центриран): величина 12 Font Size, задебљана слова - Bold;

**2. начин** – наслови у тексту ранжирани бројевима:

1. Текст (наслов првог ранга)

1.1. Текст (наслов другог ранга)

1.1.1. Текст (наслов трећег ранга)

И у садржају се мора поштовати рангирање наслова.

Увек је добро ново поглавље почети са једном или две уводне реченице. Пасус или поглавље никада не почињу сликом, табелом,...

Рад се не пише у првом лицу једнине или у множини, већ у трећем лицу.

**Исправно** – Може се закључити... Важно је напоменути да... Уочава се...

**Методолошки некоректно** – Закључила сам... Сматрам... Мислим... Рекао бих да...

### Литература

Списак коришћене литературе и других текстуалних/графичких извора на крају рада (посебно поглавље) се наводе на следећи начин:

Презиме, И., (год. издања): *Назив књиге*, Место, Издавач.

Презиме, И., (год. издања): *Назив чланка*, „Назив часописа“, Место, Издавач

Интернет адреса – [www.vps.ns.ac.rs](http://www.vps.ns.ac.rs)

Литература се у списку наводи по азбучном реду, а интернет адресе по абecedном редоследу слова која следе иза [www](http://www).

Литература или други коришћени извори се морају наводити у тексту. Ако је део текста или пасус преузет (препричан) из одређене књиге, часописа или са Интернета, након поменутог текста се на крају последње реченице наводи у загради презиме аутора и година издавања, односно пуна интернет адреса:

Један аутор – Нови Сад носи статус града од 1. фебруара 1748. године (Презиме аутора, година издавања).

Два аутора – Нови Сад носи статус града од 1. фебруара 1748. године (Презиме првог аутора и презиме другог аутора, година издавања).

Више аутора – Нови Сад носи статус града од 1. фебруара 1748. године (Презиме првог аутора и сар., година издавања).

Интернет адреса – У подножју Фрушке горе, у сенци Петроварадинске тврђаве и на обалама Дунава, налази се Нови Сад, град са историјом дугом нешто више од 300 година ([www.turizamns.rs/kratka-istorija](http://www.turizamns.rs/kratka-istorija)).

Тачка се у било којој од поменутих верзија навођења литературе ставља након текста пре заграде.

Литература се у тексту и у списку литературе на крају рада наводи на писму оригинала.

Обавезно водити рачуна да се између речи не појављује више од једног размака. Пре знакова интерпункције (тачка, зарез, две тачке, тачка – зарез, упитник, узвичник) се не ставља размак, већ обавезно након њих.

Између бројчане вредности и мерне јединице се пише размак (5 km, 230 ha). Једино се мерне јединице %, ‰ и °C увек пишу уз бројчану вредност без размака (76%, 23,3%, 14°C). Међународне ознаке за јединице мере (километар, хектар, целзијус и друго), куцају се латиницом и када је текст на ћирилици (km, ha).

Реченица не може почети бројком (година, нека нумеричка вредност итд.).

**Исправно** – Године 1845. основана је прва путничка агенција.

**Методолошки некоректно** – 1845. године основана је прва путничка агенција.

Ако се година наводи у загради, иза ње се не куца тачка, на пример: (2012). У свим осталим ситуацијама тачка се куца иза године без размака, на пример: Прва путничка агенција је основана 1845. године. Од 2000. до 2007. године. Када се за неки период пише реч од мора и реч до. Иза римских бројева се не ставља тачка.

За набрајања користити опцију Bullets and Numbering.

Двосложне речи се куцају без размака са цртицом између (нпр. природно-географске карактеристике). У случају писања смера пута или насеља у оквиру неке трасе, пише се размак (нпр. север – југ или пут Београд – Ниш). Речи као што су северозапад или југоисток се пишу без црте или размака.

Сва имена и називе писати на српском (како изговарамо), а само код првог помена у загради навести оригинал: на пример Лос Анђелес (Los Angeles). Код превода стране литературе не преводити буквално. Приликом превода неопходно је да се текст прилагоди духу нашег језика. Избегавати употребу страних речи.

Код слика наслов и извор се уносе испод (центрирати), док се код графикона и табела наслов уноси изнад (центрирати), а извор испод (поравнање на левој страни у односу на објекат).

Табела 1. Назив табеле (11pt)

Заглавље				
Текст и подаци (10pt)				

*Извор: Извор података у у табели навести испод табеле (величина слова 10pt)*

Табела НЕ СМЕ да буде пресечена (да је један део табеле на једној страни, а други на следећој).

За слике се наводи:



Слика 1. Назив слике (11pt)

*Извор: (www.vps.ns.ac.rs)*

У раду треба износити своја запажања, давати коментаре и образложити своје личне ставове и погледе на дату тему.

## **ОСНОВНА СТРУКТУРА РАДА**

- НАСЛОВНА СТРАНА
- САДРЖАЈ – heading 1
- УВОД – heading 1
- ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКИ ПОЛОЖАЈ – heading 1
- ПРИРОДНО-ГЕОГРАФСКЕ КАРАКТЕРИСТИКЕ – heading 1

(користити следеће поднасловне: рељеф, клима, хидрографија, биљни и животињски свет) – heading 2

- АНТРОПОГЕНЕ ВРЕДНОСТИ КАО ВАЖАН ФАКТОР РАЗВОЈА ТУРИЗМА – heading 1

(користити следеће поднасловне: кратка историја, археолошка налазишта, споменици културе, тврђаве, фолклор, манифестације и слично) – heading 2

- ВАЛОРИЗАЦИЈА ПРИРОДНИХ И КУЛТУРНИХ ЛОКАЛИТЕТА РЕЛЕВАНТНИХ ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА – heading 1

Основни елементи туристичке валоризације по квантитативно-квалитативном методу су: приступачност ресурса, туристичке услуге и опрема (постојећи смештајни капацитети, комплементарна туристичка понуда и туристичке услуге - информације, комерцијализација и друго), амбијент, специфичност ресурса, значај ресурса (у зависности од тога колики је његов утицај на тржишту и колико је познат), и уметничка вредност. Оцене, односно постављени елементи туристичке валоризације, приликом афирмације ресурса, кретаће се у распону од 1 до 5, а обележавају величину контрактивне зоне, заправо значај саме дестинације. Одређени бројеви имају следеће значење (крећу се на следећи начин): јединицом је означен *недовољан квалитет*, двојком *квалитет који задовољава локални туристички значај*, тројка означава *добар квалитет ресурса са регионалним значајем*, четворка *врло добар квалитет са ширим регионалним (националним значајем)* а петица *одличан квалитет ресурса који има међународни значај*. За сваки локалитет је потребно дати две оцене, једну коју даје сам студент, а другу мора дати одређено стручно лице, по избору студента (Председник Општине, Туристичке организације, организатор путовања и слично).

Табела 1. Валоризација по квантитативно-квалитативном методу

	Приступачност ресурса	Туристичка опремљеност	Амбијент	Специфичност ресурса	Значај ресурса	Уметничка вредност	Просечна вредност
Локалитет:							
Локалитет:							

--	--	--	--	--	--	--	--

- МАТЕРИЈАЛНА БАЗА ЗА РАЗВОЈ ТУРИЗМА– heading 1

(смештајно-угоститељски капацитети) – heading 2

- ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ– heading 1

(облици туризма, афирмисани туристички производи, подаци о броју туриста и броју ноћења, домаћи и страни туристи) – heading 2

- ОДРЖИВИ ТУРИЗАМ И ЗАШТИТА ЖИВОТНЕ СРЕДИНЕ– heading 1 (позитивни и негативни утицаји туризма на простор)

- ПРОЦЕНА ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАКА, ПОВОЉНОСТИ И НЕПОВОЉНОСТИ ТУРИЗМА (SWOT АНАЛИЗА) – heading 1

- ЗАКЉУЧАК – heading 1

- ЛИТЕРАТУРА И ИЗВОРИ ПОДАТАКА (наводити као што је истакнуто у упутству, прво књиге и часописе, затим Интернет адресе) – heading 1