|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА НОВИ САД** | | | | | | | |
| **Школска година и семестар** | | 2019/2020 | | | | | |
| **Студијски програм** | | Туризам | | | | | |
| **Назив предмета** | | **Менаџмент туристичке дестинације** | | | | | |
| **Наставник** | | Др Бојана Ковачевић Берлековић | | | | | |
| **Aсистент** | |  | | | | | |
| **Статус предмета** | | обавезни | | | | | |
| **Број ЕСПБ** | | 3+3 (7) | | | | | |
|  | |  | | | | | |
| **Циљ предмета:**  Менаџмент туристичке дестинације је предмет који би студентима економског профила указао на чињеницу, да је простор на глобалном, регионалном и националном нивоу основ за туристички развој и диверзификацију туристичких кретања. Затим, циљ је упознати студенте са развојем специфичних туристичких дестинација, те њиховим просторним одликама и главним улогама у развоју туризма одређеног простора. Затим, упознавање студената са стратегијом пословања на нивоу одређене дестинације, где управљачки систем пословања подразумева све нивое од почетног до крајњег који се тиче потпуне контроле квалитета и успешности таквог пословања. То су кључне стратегије које доводе туризам дестинације до нивоа када се бележе позитивни ефекти на целокупну привреду и националну економију. | | | | | | | |
| **Исход предмета:**  Након изучавања овог предмета студенти ће бити у стању да:  препознају и демонстрирају стратегије менаџмента у развоју туристичке дестинације,  примене поступке планирања, организовања, вођења и контроле процеса у развоју дестинације као туристичког производа,  идентификују потенцијале и просторне одлике туристичких дестинација, главне одлике туристичког тржишта, могућности прилагођавања туристичких дестинација за развој специфичних туристичких производа,  користе најновије технологије за развој, промоцију и презентацију туристичких дестинација,  препознају садашње стање и изаберу правце за даља изучавања и разматрања проблема развоја туристичких дестинација на домаћем и глобалном нивоу, што је и крајњи исход овог предмета. | | | | | | | |
| **Садржај предмета:**  Значај и улога туризма у глобалном развоју и текући трендови.  Туристичка дестинација и значај менаџмента за њен развој.  Просторни аспекти развоја туристичке дестинације.  Еволуција туристичке дестинације.  Простор и туризам.  Процена туристичких потенцијала дестинације и планирање простора.  Одрживи развој туристичке дестинације.  Појам и карактеристике туристичког тржишта.  Примена маркетинга у туристичкој дестинацији.  Интегрисани менаџмент квалитета у туризму.  Риск менаџменту туристичкој дестинацији.  Брендирање туристичке дестинације.  Коришћење савремене технологије.  Практична настава  Анализа студија случаја, семинарски радови, теренска настава. | | | | | | | |
| **ПЛАН И ПРОГРАМ РАДА** | | | | | | | |
| **Недеља** | **Наставна јединица** | | | | | | |
| **1.** | **Појам, дефиниција и карактеристике туристичке дестинације** | | | | | | |
| **2.** | **Елементи и животни циклус туристичке дестинације; место дестинације у туристичком систему** | | | | | | |
| **3.** | **Компаративна предност туристичке дестинације** | | | | | | |
| **4.** | **Конкурентност и одрживост туристичке дестинације** | | | | | | |
| **5.** | **Ланац вредности туристичке дестинације** | | | | | | |
| **5.** | **Модели конкурентности** | | | | | | |
| **6.** | **Основни процеси управљања туристичком дестинацијом** | | | | | | |
| **7.** | **Процес стратегиског управљања т.д. –** | | | | | | |
| **8.** | **Концептуални оквир за маркетинг-менаџмент туристичке дестинације** | | | | | | |
| **9.** | **Стратегије развоја туристичке дестинације** | | | | | | |
| **10.** | **Кластери и јавно-приватно партнерство** | | | | | | |
| **11.** | **Позиционирање туристичке дестинације** | | | | | | |
| **12.** | **Брендирање туристичке дестинације** | | | | | | |
| **13.** | **Имиџ** | | | | | | |
| **14.** | **Кризни менаџмент туристичке дестинације** | | | | | | |
| **15.** | **Србија као туристичка дестинација** | | | | | | |
| **Литература**  Попеску, Ј. (2013). Менаџмент туристичке дестинације. Београд: Универзитет Сингидунум.  Пауновић, Б. (2007). Менаџмент туристичке дестинације. Нови Сад: Алфа-граф.  Vanhove, N. (2011). The Economics of Tourism Destinations. Oxford: Butterworth-Heinemann.  Штетић, С., & Шимичевић, Д. (2014). Менаџмент туристичке дестинације. Београд: Српско географско друштво. | | | | | | | |
| **Број часова активне наставе** | | | **Теоријска настава: 45** | | **Практична настава: 45** | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** | | | | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | | | | **65** | | **Завршни испит** | **35** |
| присуство на предавањима и вежбама | | | | **5** | | писмени испит | **35** |
| провера знања у току наставе (колоквијум-и) | | | | **40** | | усмени испит |  |
| остале активности и учешће студената у раду на предавањима и вежбама | | | | **10** | |  |  |
| практичан рад: студија случаја | | | | **10** | |  |  |