|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА НОВИ САД** | | | | | | | |
| **Школска година и семестар** | | 2019/2020 | | | | | |
| **Студијски програм** | | Tуризам и хотелијерство | | | | | |
| **Назив предмета** | | **TРЕНДОВИ И ИНОВАЦИЈЕ У ТУРИЗМУ** | | | | | |
| **Наставник** | | Др Вероника Бошков | | | | | |
| **Aсистент** | | / | | | | | |
| **Статус предмета** | | изборни | | | | | |
| **Број ЕСПБ** | | 3+2 (6) | | | | | |
|  | |  | | | | | |
| **Циљ предмета:**  Циљ предмета јесте да се студенти упознају са савременим трендовима и иновацијама у развоју туристичке делатности и са свим последицама које настају узроковане тим променама. Постоје утицаји у светском економском систему на које туризам може да делује, а постоје и сфере на које туризам не може да утиче и то постају кључни непријатељи у развоју туризма. Затим, промене које настају и које су континуиране узрокују ресурсне промене у циклусу туристичког производа, а студенти кроз предмет упознају те промене. Упознавање са актуелностима и кључним темама савременог туризма су неизоставне у едукацији. Студенти ће упознати дејство политичких, економских фактора на развој турима, као и многих других промена насталих у научно-технолошкој револуцији, или у природним сегментима који детерминишу развој туризма. Под утицајем савремених промена долази до нестанка неких дестинација и производа, а настају потпуно нови профили потрошача и нои туристички производи | | | | | | | |
| **Исход предмета:**  Након ове наставне јединице студенти ће бити у стању да препознају све иновативне промене и новонастале трендове у туристичком пословању. Савладавањем овог предмета студенти ће, прихватајући све информације, успешено решавати актуелне проблеме који се неминовно стварају са новонасталим променама. Дефинисаће реално тренутно стање производа или услуге на тржишту, те сходно томе биће оспособљени да препознају улогу трендова, планирају и реагују на време, те у складу са тим променама доносе релевантне одлуке и адекватна решења за побољшање рада и обезбеде даљи опстанак и лидерство у борби са конкуренцијом. Свака промена интерног или екстерног карактера утиче неминовно на целокупно пословање, било да се ради о побољшању перформанси или потпуном увођењу нових туристичких производа. Студенти ће препознати нове облике туризма, нове трендове који диктирају правце развоја туризма и нове профиле туриста, те сходно томе усмеравати развој делатности на тржишту. Идентификовањем иновација и промена у трендовима на глобалном тржишту, студенти ће усклађивати своје даље знање и едукацију са потражњом на тржишту. | | | | | | | |
| Садржај предмета:  Теоријска настава   Савремене тенденције у развоју туризма.   Трендови и иновације.   Савремени туристички производ и савремена ресурсна основа.   Актуелности и кључне теме савременог туризма.   Промене и понашање туриста.   Комуникација и анимација у савременом туристичком пословању.   Последице светских промена на развој туризма.   Туризам у светским друштвеним променама (утицај политике, стабилност, тероризам).   Туризам и квалитет живљења.   Туризам у будућности.  Практична настава   Анализа студија случаја, семинарски радови, истраживачки рад, теренска настава, ангажовање  студената на анализи примера из праксе, дискусије. | | | | | | | |
| **ПЛАН И ПРОГРАМ РАДА** | | | | | | | |
| **Недеља** | **Наставна јединица** | | | | | | |
| 1. | Појам вредности за кориснике туристичких услуга у савременом туризму | | | | | | |
| 2. | Фактори креирања вреднпсти за кориснике туристичких услуга | | | | | | |
| 3. | Основна и додата вредност за кориснике туристичких услуга | | | | | | |
| 4. | Креирање вредности за кориснике у угоститељским и хотелским објектима | | | | | | |
| 5. | Пословна мрежа у туризму и тотална вредност за кориснике | | | | | | |
| 6. | Дизајн ланца вредности у туризму | | | | | | |
| 7. | Креирање јединственог искуства за туристе | | | | | | |
| 8. | Комуникација вредности кроз промоционе активности у туризму | | | | | | |
| 9. | Бренд као елемент вредности у туризму | | | | | | |
| 10. | Софистицираност у очекивањима и преференцијама туриста | | | | | | |
| 11. | Сегментација туристичког тржишта | | | | | | |
| 12. | Посебне карактиристике сатисфакције корисника туристичких услуга | | | | | | |
| 13. | Одмори, кратки одмори, наутика | | | | | | |
| 14. | Кружне туре, специјални интереси, догађаји | | | | | | |
| 15. | Рурални туризам, пословни туризам, велнес и СПА | | | | | | |
| **Литература**  Ђорђевић, А., &amp; Зечевић, Б. (2015). Креирање вредности у туризму. Београд: ЦИД Економског факултета у Београду.  Hannam, K. i dr. (2010). Understanding Tourism. London: SAGE Publications.  Sharpley, R., &amp; Telfer, D.J. (2004) Tourism and Development : Concepts and Issues. Clevedon : Channel view publications.  Томка, Д., &amp; Милошевић, С. (2012). Савремене тенденције у туризму. Нови Сад: ТИМС.  Wall,G., &amp; Mathieson, A. (2006). Tourism, change, impacts and opportunities. Essex: Pearson Education | | | | | | | |
| **Број часова активне наставе** | | | **Теоријска настава: 45** | | **Практична настава: 30** | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)** | | | | | | | |
| **Предиспитне обавезе** | | | | **55** | | **Завршни испит** | **45** |
| присуство на предавањима и вежбама | | | | **5** | | писмени испит | **45** |
| провера знања у току наставе (колоквијум-и) | | | | **30** | | усмени испит |  |
| остале активности и учешће студената у раду на предавањима и вежбама | | | | **10** | |  |  |
| практичан рад: студија случаја | | | | **10** | |  |  |