

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА  
21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4



КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Висока пословна школа струковних студија


КЊИГА ПРЕДМЕТА  
МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Нови Сад  
2023.



## Садржај

<u>Туристичко тржиште (24.ММТК01)</u>	1
<u>Одрживо управљање ресурсима у туризму (24.ММТК02)</u>	4
<u>Бренд менаџмент (24.ММВК05)</u>	6
<u>Управљање догађајима (24.ММВК06)</u>	7
<u>Дигитални маркетинг (24.ММВК07)</u>	8
<u>Маркетинг у туризму (24.ММТК08)</u>	9
<u>Пословни енглески језик (24.МР0002)</u>	11
<u>Пројектни менаџмент (24.МР0022)</u>	12
<u>Менаџмент пословних перформанси (24.МР0028)</u>	14
<u>Методологија истраживачког рада (24.МР0010)</u>	15
<u>Организационо понашање (24.МР0026)</u>	17
<u>Пословне вештине (24.ММВК02)</u>	19
<u>Осигуравачко пословање (24.ММВК14)</u>	20
<u>Примена дигиталних алата у пословном комуницирању (24.ММВК13)</u>	21
<u>Израда завршног мастер рада (24.ММТК06)</u>	22
<u>Завршни мастер рад (24.ММТК07)</u>	23
<u>Примењено статистичко истраживање (24.МР0023)</u>	24
<u>Менаџмент људских ресурса у туризму и хотелијерству (24.ММТК03)</u>	25
<u>Менаџмент задовољства туриста (24.ММТК04)</u>	27
<u>Стручна пракса (24.ММТК05)</u>	28
<u>Друштвено одговорно пословање (24.ММВК11)</u>	29
<u>Одрживи развој (24.ММВК12)</u>	31

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет		<b>Туристичко тржиште</b>		
Ознака предмета: 24.ММТК01				
Број ЕСПБ: 7				
Програм(и) у којем се изводи		ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет		
УНО предмета		Менаџмент у туризму		
Наставници:		Бошковић Ч. Татјана, Професор струковних студија		
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови:

**1. Образовни циљ:**

Циљ предмета је стицање специфичних знања и вештина везаних за функционисање туристичког тржишта и препознавање свих чинилаца који га дефинишу и покрећу. Савремено туристичко тржиште је динамично, промене су перманентне, како на иностраном, тако и на домаћем туристичком тржишту. Разумевање понашања туристичке тражње и фактора који делују на њу постаје императив опстанка на тржишту и стога су таква знања важан део изучавања предмета. Циљ је и упознавање студената са карактеристикама туризма као привредне делатности и утицајем туризма на развој целокупне привреде и економије, са економским, али и свим другим некономским ефектима туристичких кретања.

**2. Исходи образовања (Стечена знања):**

По завршетку овог предмета студенти ће савладати основне економске појмове који се сусрећу у пословању туристичких предузећа на тржишту. Студенти ће поседовати знања о туристичком тржишту и специфичностима његовог функционисања, као и карактеристикама савремене туристичке тражње и понуде, као субјектима тржишта, као и свим економским и некономским чиниоцима који их детерминишу. Такође, биће оспособљени да прате и анализирају све промене на савременом туристичком тржишту, као и да разумеју сложене ефекте таквих промена који изискују предузимање и примену адекватних мера и тржишних стратегија.

**3. Садржај/структура предмета:**

Теоријска настава:

- Основни појмови и аспекти изучавања туризма.
- Основне карактеристике и утицаји туризма на друштво и економију.
- Туристичке потребе.
- Туристичка потрошња.
- Појам, карактеристике и врсте туристичког тржишта.
- Појам, фактори и еластичност туристичке тражње.
- Појам, фактори и карактеристике туристичке понуде.
- Појам и методи истраживања туристичког тржишта.
- Примена маркетинга у туризму.
- Појам, врсте и средства туристичке пропаганде.
- Развој и перспективе међународног туризма.

Практична настава:

Анализа примера из праксе, израда и презентација семинарских радова, решавање тестова.

**4. Методе извођења наставе:**

Предавања, вежбе, интерактивна настава уз коришћење аудиовизуелне опреме, израда и презентација семинарских радова, анализа чланака и студија из часописа и са интернета.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		
				Обавезна	Поена	
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит	Да	45.00
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	10.00			
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	30.00			

Литература


Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Унковић, С. и Зечевић, Б.	Економика туризма	Економски факултет у Београду	2015
2,	Бошковић, Т.	Економика туризма	Висока пословна школа струковних студија у Новом Саду	2020
3,	Салаи, С. и Божидаревић, Д.	Маркетинг истраживање	Економски факултет у Суботици	2009



КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
4,	Марушић, М., Пребежац, Д., и Микулић, Ј.	Истраживање туристичких тржишта	Економски факултет у Загребу	2019

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

Наставни предмет	<b>Одрживо управљање ресурсима у туризму</b>			
Ознака предмета: 24.ММТК02				
Број ЕСПБ: 8				
Програм(и) у којем се изводи	ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет			
УНО предмета	Менаџмент у туризму			
Наставници:	Ковачевић Берлековић М. Бојана, Професор струковних студија			
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	3.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови:

1. Образовни циљ:

Циљ предмета је упознавање студената са значајем одрживог управљања природним и антропогеним ресурсима у туризму, у циљу дугорочног искоришћавања основних вредности на којима се заснивају туристички производи, са посебним освртом на однос одрживи развој-туризам. Такође, један од циљева је класификација туристичких ресурса, одржива трансформација туристичких ресурса у туристичке атракције и имплементирање одрживих принципа управљања ради формирања интегралних туристичких производа посебних облика туризма.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Након успешно савладаног градива студенти ће бити оспособљени да препознају, а затим и да класификују туристичке ресурсе по најзначајнијим критеријумима, а све у циљу вредновања ресурса и спровођења ситуационе анализе туристичке дестинације. Спознаће и разумети значај одрживог коришћења и управљања ресурсима у туризму и значај концепта туризма као еколошког и природног феномена. Биће у стању да идентификују потенцијале и ограничења, а све у складу са усвојеним законским актима и њиховом конкретном применом у развојним туристичким активностима у туристичким дестинацијама.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава:

- Класификација туристичких ресурса.
- Значај и оправданост одрживог управљања ресурсима у туризму.
- Природни туристички ресурси и туризам.
- Геоморфолошки туристички ресурси.
- Хидрографски туристички ресурси.
- Биогеографски туристички ресурси и туризам.
- Антропогени туристички ресурси.
- Културно-историјски туристички ресурси.
- Археолошки и етнографски туристички ресурси.
- Изграђени ресурси и значај за туризам.
- Носећи капацитет и његова примена у одрживом управљању.
- Заштићени природни простори и одрживи туризам.
- Одрживо управљање посебним облицима туризма.
- Одрживост у посмодерном туризму.

Практична настава: израда и презентација семинарских радова, анализа студија случаја, рад у групама.

4. Методе извођења наставе:

Интерактивна настава по унапред дефинисаним темама. Групни рад и анализе конкретних примера на вежбама. Кратке видео презентације и квизови. Самостална израда пројектних радова.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		
				Обавезна	Поена	
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Усмени испит	Да	45.00
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	10.00			
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	30.00			

Литература


Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Ковачевић Берлековић, Б., и Јовичић Вуковић, А.	Менаџмент природних ресурса у туризму	Висока пословна школа струковних студија у Новом Саду	2022
2,	Хаџић, О., Недељковић Кнежевић, М., и Пивац, Т.	Менаџмент одрживог развоја културног туризма	Природно-математички факултет Универзитета у Новом Саду	2018
3,	Дражић, Г.	Одрживи туризам	Универзитет Сингидунум	2020




КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
4,	Huung yu, P.	Heritage tourism	Routledge	2014
5,	Максин, М., Пуцар, М., Кораћ, М., и Миљкић, С.	Менаџмент природних и културних ресурса у туризму	Универзитет Сингидунум	2013
6,	Максин, М	Туризам и простор	Универзитет Сингидунум	2013

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет		<b>Бренд менаџмент</b>			
Ознака предмета: 24.ММВК05					
Број ЕСПБ: 9					
Програм(и) у којем се изводи		ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет			
УНО предмета		Маркетинг			
Наставници:		Гашевић Љ. Драгана, Предавач			
Број часова активне наставе (недељно)					
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови	
4.00	3.00	0.00	0.00	0.00	
Предмети предуслови		Нема			
Услови:					
<p>1. Образовни циљ:</p> <p>Циљ предмета је да студентима омогући стицање знања која се односе на поступак брендирања, као и упознавање са карактеристикама бренда, развојем и применом брендирања. Циљ је да се студенти упознају са значајем брендирања и његовим директним утицајем на успешност пословања.</p>					
<p>2. Исходи образовања (Стечена знања):</p> <p>Након савладавања садржаја овог наставног предмета студенти ће бити у стању да објасне основе бренд менаџмента, да самостално осмисле бренд стратегију и предложи стратегију позиционирања бренда, упореде и примене традиционалне и нове методе, поступке и стратегије брендирања ради бољег тржишног наступа, да креирају и управљају вредностима бренда.</p>					
<p>3. Садржај/структура предмета:</p> <p>Теоријска настава:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Појам и развој концепта бренда.</li> <li>- Извор додатне вредности бренда.</li> <li>- Везе између савременог потрошача и бренда.</li> <li>- Позиционирање бренда.</li> <li>- Стратегије брендирања и могућности екстензије бренда.</li> <li>- Креирање вредности бренда.</li> <li>- Утврђивање вредности бренда.</li> <li>- Елементи идентитета бренда.</li> <li>- Чулно брендирање.</li> <li>- Специфични аспекти брендирања.</li> </ul> <p>Практична настава: решавање студија случаја (самостални и групни рад); презентација и анализа успешних брендова на примерима из праксе; стручне посете компанијама из привреде и анализирање утицаја бренда на пословање истих.</p>					
<p>4. Методе извођења наставе:</p> <p>Теоријска настава уз решавање примера из праксе и анализе студија случаја.</p>					
Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит	
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00		
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	50.00		
Литература					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година
1,	Вељковић, С.	Бренд менаџмент у савременим тржишним условима		Економски факултет Универзитета у Београду	2010
2,	Мандарић, М.	Стратегијски бренд менаџмент - Оријентација на бренд као фактор конкурентског пословања компанија		Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитет у Крагујевцу	2016

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет	<b>Управљање догађајима</b>
Ознака предмета: 24.ММВК06	
Број ЕСПБ: 9	
Програм(и) у којем се изводи	ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет
УНО предмета	Пословна економија
Наставници:	Кузман М. Борис, Редовни професор

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
4.00	3.00	0.00	0.00	0.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови:

1. Образовни циљ:  
 Циљ предмета Менаџмент догађаја је стицање знања, вештина и компетенција о основним законитостима менаџмента догађаја, са посебним акцентом на посебности у туризму и хотелијерству. Циљ предмета огледа се у стицању практичних знања, вештина и способности за креативно програмирање догађаја, управљање и организацију догађаја, упознавање са финансијским аспектима догађаја, као и контролу квалитета догађаја, а на бази упознавања са литературом и праксом.

2. Исходи образовања (Стечена знања):  
 По завршетку ове наставне јединице студенти ће бити у стању да: ускладе и примене теорију, методе и процесе планирања и организовања догађаја у туризму и хотелијерству; користе стечена знања у креирању аналитичког и критичког мишљења о основним врстама и облицима догађаја у туризму и хотелијерству; развију критички однос, комуникативност, креативност и одговорност за саспствене пројекте; развију способност тимског рада и комуникације са непосредним и ширим социјалним окружењем; измере и оцене ефекте догађаја у туризму и хотелијерству.


3. Садржај/структура предмета:  
 Теоријска настава:  
 - Дефиниција догађаја.  
 - Одређивања улоге и значаја догађаја у туризму и хотелијерству.  
 - Врсте и облици догађаја у туризму.  
 - Мотиви и потребе савременог госта и њихова повезаност са догађајима у туризму.  
 - Маркетинг менаџмент догађаја у туризму.  
 - Планирање догађаја у туризму и хотелијерству.  
 - Организовање догађаја у туризму и хотелијерству.  
 - Менаџмент људских потенција догађаја у туризму и хотелијерству.  
 - Менаџерско вођење догађаја у туризму и хотелијерству.  
 - Менаџерско контролисање и евалуација догађаја у туризму и хотелијерству.  
 - Методе мерења учинака догађаја у туризму и хотелијерству.  
 - Мерење и одређивање економских учинака догађаја у туризму и хотелијерству.  
 Практична настава: семинарски радови, анализа студија случаја, теренска пракса кроз посету одређеним туристичким и хотелијерским предузећима.

4. Методе извођења наставе:  
 Предавања, вежбе, интерактивна настава уз коришћење аудио-визуелне опреме, анализа чланака и студија из часописа и са интернета.


Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави	Да	10.00	Писмени испит	Да	35.00
Присуство на предавањима и вежбама	Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)	Да	50.00			

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Ђукић-Дојчиновић, В.	Културни туризам-менаџмент и развојне стратегије	КЛИО	2005
2,	Бјељац, Ж.	Туристичке манифестације у Србији	ГИ Јован Цвијић, САНУ	2010
3,	Van der Wagen, L.	Event management upravljanje događanjima : za turistička, kulturna, poslovna i sportska događanja	MATE	2008
4,	Андрејевић, А., и Грубор, А.	Менаџмент догађаја	Фабус	2007
5,	Van der Wagel, L., i Karlos, B. R.	Event management: Upravljanje događajima u turizmu, kulturi, biznisu i sportu	iLearn	2023



ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет		<b>Дигитални маркетинг</b>				
Ознака предмета: 24.ММВК07						
Број ЕСПБ: 6						
Програм(и) у којем се изводи		ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Обавезан предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет				
УНО предмета		Маркетинг				
Наставници:		Гашевић Љ. Драгана, Предавач				
Број часова активне наставе (недељно)						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00		
Предмети предуслови		Нема				
Услови:						
<p>1. Образовни циљ:</p> <p>Циљ је да се студентима омогући стицање знања о значају дигиталног бренда и дигиталне стратегије, као и упознавање са савременим и најефикаснијим маркетиншким алатима који се примењују у дигиталном маркетингу. Циљ је да се студенти упознају са значајем дигиталног маркетинга и његовим утицајем на успешност пословања.</p>						
<p>2. Исходи образовања (Стечена знања):</p> <p>Након савладавања градива овог наставног предмета студенти ће усвојити знања из области дигиталног маркетинга која ће им помоћи да успешно реализују будуће пословне активности. Студенти ће бити у стању да идентификују специфичности понашања потрошача на интернету као и процес куповине у дигиталном пословном окружењу, да разумеју специфичности различитих канала дигиталног маркетинга, да креирају ефикасну дигиталну маркетинг стратегију.</p>						
<p>3. Садржај/структура предмета:</p> <p>Теоријска настава:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Увод у дигитални маркетинг</li> <li>- Понашање потрошача на интернету</li> <li>- Дигитални бренд и дигитална стратегија</li> <li>- Маркетинг путем садржаја</li> <li>- Веб сајт</li> <li>- Маркетинг на друштвеним медијима</li> <li>- Оглашавање на друштвеним медијима</li> <li>- Плаћено оглашавање на претраживачима</li> <li>- Дигиталне платформе за слање личних порука</li> <li>- Етика и дигитални маркетинг</li> </ul> <p>Практична настава: студије случаја (самостални и групни рад), илустрације и презентације, практични примери, дискусије и консултације, стручне посете успешним агенцијама за дигитални маркетинг и организовање гостујућих предавања стручњака из поменуте области.</p>						
<p>4. Методе извођења наставе:</p> <p>Теоријска настава уз решавање примера из праксе и студије случаја</p>						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит		
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	10.00			
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	30.00			
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година	
1,	Алачковић, С., Ђорђевић, А., и Савановић, Н.	Дигитални маркетинг		Универзитет Сингидунум	2021	
2,	Џефи, Д., и Смит, П.Р.	Дигитални маркетинг: планирање и оптимизације		Факултет за медије и комуникације у Београду	2018	

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет	<b>Маркетинг у туризму</b>			
Ознака предмета: 24.ММТК08				
Број ЕСПБ: 8				
Програм(и) у којем се изводи	ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет			
УНО предмета	Маркетинг			
Наставници:	Гашевић Љ. Драгана, Предавач			
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	3.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови:

**1. Образовни циљ:**

Циљ је да се студентима омогући стицање теоријских и практичних знања о кључним карактеристикама и значају маркетинга као савременог концепта пословања са посебним освртом на најзначајније аспекте примене маркетинга у туризму и хотелијерству. Циљ је да студенти стекну знања о значају маркетинг истраживања и као и да схвате важност идентификовања релевантних фактора из окружења који могу утицати на пословање предузећа из туристичког сектора, јер су то полазне основе за формулисање адекватних маркетинг стратегија. Циљ је, такође, упознавање са основним инструментима маркетинг микса (производ, цена, промоција и дистрибуција) и значају истраживања понашања туриста који су креатори туристичке тражње.

**2. Исходи образовања (Стечена знања):**

Након савладавања градива овог наставног предмета студенти ће савладати основне маркетинг појмове. Студенти ће бити у стању да идентификују тренутну тржишну позицију конкретне туристичке дестинације или туристичког субјекта те да на основу адекватне анализе предложе моделе, кораке и активности за што боље тржишно позиционирање. Студенти ће моћи да препознају специфичности у понашању туриста у савременом пословном окружењу и у складу са тим дају предлоге за креирање и унапређење туристичке понуде. Студенти ће бити у могућности да идентификују релевантне факторе значајне за развој туристичког сектора.

**3. Садржај/структура предмета:**

Теоријска настава:

- Маркетинг као тржишни концепт пословања.
- Примена маркетинг концепције у услужним делатностима.
- Примена маркетинг концепције у туризму и хотелијерству.
- Маркетинг окружење и маркетинг истраживање.
- Специфичности понашања туриста.
- Појам и значај сегментације туристичног тржишта.
- Производ као инструмент маркетинга у туризму.
- Цена као инструмент маркетинга у туризму.
- Промоција као инструмент маркетинга у туризму.
- Канали маркетинга као инструмент маркетинга у туризму.
- Посебни аспекти примене маркетинга у туризму и хотелијерству.

Практична настава: студије случаја (самостални и групни рад), илустрације и презентације, практични примери, дискусије и консултације, стручне посете успешним туристичким агенцијама и хотелима, као и локалним и регионалним туристичким организацијама и организовање гостујућих предавања стручњака из поменуте области.

**4. Методе извођења наставе:**

Предавања и вежбе, студије случаја, израда и презентација семинарских радова

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави	Да	10.00	Писмени испит	Да	45.00
Присуство на предавањима и вежбама	Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)	Да	40.00			

Литература


Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Попеску, Ј.	Маркетинг у туризму и хотелијерству	Универзитет Сингидунум	2018
2,	Живковић, Р., и Брдар, И.	Понашање и заштита потрошача у туризму	Центар за издавачку делатност Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум у Београду.	2018




КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3,	Ђорђевић, А., и Зечевић, Б.	Креирање вредности у туризму	Економски факултет у Београду	2015

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

<b>Наставни предмет</b>		<b>Пословни енглески језик</b>				
Ознака предмета: 24.МР0002						
Број ЕСПБ: 8						
Програм(и) у којем се изводи		MMN - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Обавезан предмет MMT - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет MPO - МСС Међународно пословање и финансије (МСС), Обавезан предмет				
УНО предмета		Пословни језик - енглески				
Наставници:		Бикички М. Наташа, Професор струковних студија				
<b>Број часова активне наставе (недељно)</b>						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
3.00	3.00	0.00	0.00	0.00		
<b>Предмети предуслови</b>		Нема				
Услови:						
1. Образовни циљ: Циљ предмета је обнављање постојећих знања и развијање свих језичких вештина и компетенција неопходних за усмену и писмену комуникацију на енглеском језику у савременом пословном свету.						
2. Исходи образовања (Стечена знања): По завршетку курса студент ће овладати неопходном стручном терминологијом, развиће језичку и прагматичку компетенцију како би могао да самостално и флуентно затражи, протумачи и пружи информације из области струке усмено (директни контакт, контакт телефоном или преко интернета) или у писаном облику (пословно писмо, имејл, слајдови, табеле, графикони), аргументује своје мишљење у вези са темама струке, интерпретира нумеричке податке, прати и одржи презентацију и протумачи аутентичне текстове из области струке уз помоћ речника.						
3. Садржај/структура предмета: Теоријска настава: - Језичка и прагматичка компетенција у оквиру следећих тема/ситуација: успостављање и одржавање пословног контакта; културолошке различитости; презентације организација, производа и услуга; састанци; јавне дискусије; телеконферисање; преговори; врсте финансијских институција и производа; структура и врсте банака; корпоративно банкарство; финансијска регулатива. - Фокус је на прагматичкој компетенцији и стручној терминологији, уз обнављање и проширивање знања из граматике (члан, придеви, глаголи и глаголски облици, везници и сложене реченице), и обогаћивање вокабулара општег енглеског језика неопходног за комуникацију у пословним ситуацијама. Практична настава: студија случаја, презентација, симулација пословних ситуација.						
4. Методе извођења наставе: Предавања и вежбе, презентација, студије случаја.						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит		Да 35.00
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	10.00	Усмени испит		Да 10.00
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	30.00			
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година	
1,	Rosenberg, M.	English for Banking and Finance 2. Vocational English		Pearson Longman	2013	
2,	Powel, M., & Allison, J.	In Company 3.0. Upper-Intermediate		Macmillan	2014	
3,	Emmerson, P.	Business Grammar Builder, 2nd edition		Macmillan	2010	
4,	Tomalin, B.	Key Business Skills		Collins	2012	
5,	-	Релевантан актуелан материјал са интернета (чланци из новина и часописа, видео записи)		-	-	

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	


<b>Наставни предмет</b>		<b>Пројектни менаџмент</b>					
Ознака предмета: 24.MP0022							
Број ЕСПБ: 7							
Програм(и) у којем се изводи		MMN - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет MMT - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет MPO - МСС Међународно пословање и финансије (МСС), Изборни предмет					
УНО предмета		Пословна економија					
Наставници:		Бошков Ј. Вероника, Професор струковних студија Кузман М. Борис, Редовни професор					
<b>Број часова активне наставе (недељно)</b>							
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови			
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00			
<b>Предмети предуслови</b>		Нема					
Услови:							
<b>1. Образовни циљ:</b> Циљ предмета је да студенти овладају основним начелима управљања пројектима, као и да савладају методологију управљања пројектима кроз све фазе припреме и реализације пројекта и тако се оспособе за учешће и реализацију задатака у конкретним пројектима.							
<b>2. Исходи образовања (Стечена знања):</b> Студент се, кроз добијена теоријска знања, оспособљава да планира, организује и контролише пројектне активности у циљу реализације пројекта у оквиру предвиђеног времена и буџета уз задати квалитет. Након успешно савладане материје студент је обучен за рад на пословима припреме, реализације и евалуације пројекта по савременој методологији.							
<b>3. Садржај/структура предмета:</b> Теоријска настава: - Теоријске основе, дефиниције и врсте пројекта. - Циклуси и фазе у реализацији пројекта; иницирање пројекта. - Опис и концепт пројекта; планирање пројекта. - Извршење пројекта; контролисање пројекта; закључење пројекта. - Управљање трошковима пројекта; управљање временом пројекта; управљање квалитетом пројекта. - Управљање ризиком пројекта; управљање променама у пројекту. - Методе и технике управљања пројектима. - Стандардни рачунарски програми подршке управљању пројектима. - Управљање међународним пројектима; управљање ЕУ пројектима. Практична настава: студије случаја, методе и технике управљања пројектима: CPM (Critical path method), Perth method, PBS (Personal breakdown structure), WBC (Work breakdown structure), OBS (Organization breakdown structure); рачунарска подршка.							
<b>4. Методе извођења наставе:</b> Предавања и вежбе уз активно учешће студената. Анализа примера из праксе, чланака из часописа и са интернета. Дискусије, непосредна примена, семинарски радови студената.							
Оцене знања (максимални број поена 100)							
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Обавезна	Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит		Да	35.00
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	10.00				
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00				
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	40.00				
Литература							
Р.бр.	Аутор-и	Наслов			Издавач	Година	
1,	Ђуричин, Д., и Лончар, Д.	Менаџмент помоћу пројекта			Центар за издавачку делатност Економског факултета Универзитета у Београду	2019	
2,	Јовановић, П.	Управљање пројектима			Факултет за пројектни и иновациони менаџмент у Београду	2015	
3,	Kerzner, H.	Project Management, A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling, 9th Edition			John Wiley & Sons	2006	




КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
4,	Радаковић, Н., и Морача, С.	Основе управљања пројектима	Факултет техничких наука у Нови Саду	2012
5,	Bešlić, B., Сопић, М., Kosor, К., Kulakowski, N., Maletić, I., & Zrnušić, N.	Upravljanje EU projektima	TIM4PIN	2004

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

<b>Наставни предмет</b>		<b>Менаџмент пословних перформанси</b>				
Ознака предмета: 24.MP0028						
Број ЕСПБ: 7						
Програм(и) у којем се изводи		MMN - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет MMT - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет MPO - МСС Међународно пословање и финансије (МСС), Изборни предмет				
УНО предмета		Рачуноводство				
Наставници:		Томашевић М. Стеван, Предавач				
<b>Број часова активне наставе (недељно)</b>						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00		
<b>Предмети предуслови</b>		Нема				
Услови:						
1. Образовни циљ: Циљ предмета је упознавање студената са теоријским основама управљања пословним перформансама, основним фазама тог процеса, као и основним факторима који детерминишу њихову успешност. Циљ је и објаснити планирање пословних перформанси као почетну, те мерење перформанси као кључну фазу у процесу управљања пословним перформансама. Коначно, студентима ће бити објашњена разлика између традиционалног и савременог приступа мерењу перформанси предузећа.						
2. Исходи образовања (Стечена знања): Након савладавања садржаја овог предмета, студенти ће бити у стању да: управљају пословним перформансама у пословним субјектима; дефинишу и поставе основне фазе процеса управљања пословним перформансама; дизајнирају и поставе одговарајући приступ односно систем мерења перформанси; примене различите методологије за анализу пословних перформанси; припреме одговарајуће извештаје о оствареним пословним резултатима.						
3. Садржај/структура предмета: Теоријска настава: - Концептуални оквир перформанси пословних субјеката. - Детерминанте процеса управљања перформансама пословних субјеката. - Планирање перформанси пословних субјеката. - Управљање перформансама пословних субјеката према моделу Balanced Scorecard. - Управљање резултатима пословних субјеката (производом, приходом и добити). - Управљање продуктивношћу, економичношћу и рентабилношћу као пословном перформансом пословних субјеката. - Управљање квалитетом, пословним успехом и вредношћу пословних субјеката. Практична настава: решавање и анализа практичних примера; студије случаја; дискусије.						
4. Методе извођења наставе: Теоријска настава уз решавање практичних примера и анализа студија случаја.						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит		35.00
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	10.00			
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	40.00			
<b>Литература</b>						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година	
1,	Крстић, Б., и Секулић, В.	Управљање перформансама предузећа		Економски факултет, Универзитет у Нишу	2020	
2,	Томашевић, С.	Детерминанте профитабилности пољопривредних предузећа у Републици Србији (докторска дисертација)		Универзитет Сингидунум	2020	
3,	Влаовић Беговић, С., и Томашевић, С.	Анализа финансијских извештаја		Висока пословна школа струковних студија у Новом Саду	2020	
4,	Merchant, K. A., & Stede, W. A.	Management control systems: performance measurement, evaluation and incentives		Pearson	2012	

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

<b>Наставни предмет</b> Ознака предмета: 24.МР0010 Број ЕСПБ: 7	<b>Методологија истраживачког рада</b>
<b>Програм(и) у којем се изводи</b>	MMN - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Обавезан предмет MMT - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет МРО - МСС Међународно пословање и финансије (МСС), Обавезан предмет
<b>УНО предмета</b>	Економска теорија и политика
<b>Наставници:</b>	Вуксановић Д. Гордана, Професор струковних студија

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
4.00	2.00	0.00	0.00	0.00

<b>Предмети предуслови</b>	Нема
----------------------------	------

Услови:

1. Образовни циљ:  
 Образовни циљ предмета је упознавање студената са методама за прикупљање и анализу искуствених података, оспособљавање студената за примену различитих истраживачких поступака, израду нацрта истраживачког пројекта, анализу и интерпретацију прикупљених искуствених података.

2. Исходи образовања (Стечена знања):  
 На основу стеченог знања, студенти се оспособљавају за: самосталну израду нацрта истраживачког пројекта; примену различитих метода за прикупљање и анализу искуствених података; процену квалитета података које ће користити у свом будућем позиву. Поред наведеног циљ предмета је да оспособи студенте за самостално коришћење постојеће изворне грађе и квалитетно писмено изражавање.

3. Садржај/структура предмета:  
 Теоријска настава:  
 - Етички принципи истраживачког рада.  
 - План истраживања.  
 - Истраживање и теорија.  
 - Класификација и мерење.  
 - Посматрање; експеримент.  
 - Поступци анкетног истраживања.  
 - Биографски метод; метод случаја.  
 - Анализа садржаја.  
 - Мултиваријантна анализа.  
 - Функционална анализа; историјски метод.  
 - Упоредни метод.  
 - Квантитативно и квалитативно у савременој методологији.  
 Практична настава: на часовима практичне наставе студенти ће, самостално или у групи, припремати различите инструменте за прикупљање података и примениће аналитичке поступке са којима су се упознали на часовима теоријске наставе; у сарадњи са наставником, урадиће самосталан истраживачки рад чије ће резултате презентовати у облику семинарског рада.

4. Методе извођења наставе:  
 Облик наставе: предавања и вежбе.  
 Теоријска и практична настава ће се организовати преко рада у групи и индивидуалног рада уз стално подстицање дијалога и практичне примене стеченог знања. Са циљем да се што потпуније савладају различити методи истраживачког рада, у току наставе ће се користити различита техничка помагала (нпр. видео пројектор, диктафон итд.).

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит	Да
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00		
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	30.00		

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Quinlan, C.	Business Research Methods	South-Western Cengage Learning	2011
2,	Pervez, G., & Kjell, G.	Research Methods in Business Studies	Financial Times Prentice Hall	2010
3,	Bo, S., & Veber, F.	Vodič kroz terensku anketu	Zavod za udžbenike i nastavna sredstva	2005
4,	Milić, V.	Sociološki metod	Zavod za udžbenike	1996






КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
5,	Bergh, D. D., & Ketchen, J. D.	Building Methodological Bridges (Research Methodology in Strategy and Management)	Emerald	2011
6,	Бешић, М.	Методологија друштвених наука	Академска књига, Нови Сад	2019

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		


<b>Наставни предмет</b>		<b>Организационо понашање</b>			
Ознака предмета: 24.MP0026					
Број ЕСПБ: 7					
Програм(и) у којем се изводи		MMN - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Обавезан предмет MMT - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет MPO - МСС Међународно пословање и финансије (МСС), Изборни предмет			
УНО предмета		Пословна економија			
Наставници:		Јанчев Ђ. Никола, Професор струковних студија			
<b>Број часова активне наставе (недељно)</b>					
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови	
3.00	3.00	0.00	0.00	0.00	
<b>Предмети предуслови</b>		Нема			
Услови:					
<b>1. Образовни циљ:</b> Циљ предмета је упознавање студената са теоријским и практичним знањима и вештинама из области организационог понашања. То подразумева проучавање динамике индивидуалног понашања запослених у организацији, њихових међусобних релација кроз интерперсонално понашање, као и изучавање најзначајнијих феномена, односно варијабли организационог понашања и техника решавања могућих проблемских ситуација везаних за ову област.					
<b>2. Исходи образовања (Стечена знања):</b> По завршетку учења овог предмета студент ће бити у стању да разуме значај индивидуалних, групних и организационих фактора у моделу организационог понашања. Стицањем знања из ове области студент ће знати да адекватно решава организационе проблеме, адекватно перципира и реагује на организационе конфликте, објасни основне механизме мотивације, формира и води групе и тимове, управља организационом културом, спроводи организационе промене, доноси и спроводи организационе одлуке. Студент ће се оспособити да разуме факторе који одређују понашање запослених и увиди значај организационих аспеката који обезбеђују повећање ефикасности савремених организација.					
<b>3. Садржај/структура предмета:</b> Теоријска настава: - Појам организационог понашања, историјски преглед дисциплине, модел организационог понашања. - Личност и личне карактеристике. - Перцепција. - Учење. - Вредности и ставови запослених. - Мотивација запослених. - Групе и тимови. - Вођство у организацији и стилски вођења. - Доношење одлука у организацији. - Међуљудске комуникације у организацији. - Решавање конфликта у организацији. - Моћ и политички процеси у организацији. - Организациона култура. - Организационе промене и развој. - Организациона структура и дизајн. Практична настава: вежбе, самосталан и групни рад студената, анализа примера из праксе, семинарски радови, усмена излагања на задату тему.					
<b>4. Методе извођења наставе:</b> Предавања и вежбе, студије случаја, израда и презентација семинарских радова.					
<b>Оцене знања (максимални број поена 100)</b>					
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит	
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит	
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00	Да	
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	50.00	Поена	
<b>Литература</b>					
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година
1,	Петковић, М.	Организационо понашање		Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду	2011
2,	Јанићијевић, Н.	Организациона понашање		Дата Статус	2008




КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература


Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3,	Robbins, S. P., & Judge, T. A.	Organizaciono ponašanje	Mate	2010
4,	Robbins, S.P., & Judge, T.	Organizational behavior	Pearson, Boston	2017

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

<b>Наставни предмет</b>		<b>Пословне вештине</b>				
Ознака предмета: 24.ММВК02						
Број ЕСПБ: 7						
Програм(и) у којем се изводи		ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Обавезан предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет				
УНО предмета		Економска теорија и политика				
Наставници:		Вукадиновић С. Маја, Професор струковних студија				
<b>Број часова активне наставе (недељно)</b>						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00		
<b>Предмети предуслови</b>		Нема				
Услови:						
1. Образовни циљ: Циљ предмета је да се студенти упознају са различитим вештинама које доприносе успешном пословању, да препознају опште и домен-специфичне вештине као и да стекну увид у подручја на којима се ове вештине могу успешно развијати и примењивати.						
2. Исходи образовања (Стечена знања): Савладавањем предмета студент стиче следеће предметно-специфичне способности: темељно разумевање и разликовање појмова везаних за опште и домен-специфичне вештине, препознавање области у којима се оне могу применити, разумевање како се оне могу развијати, као и способност идентификовања практичног проблема и могућности употребе вештина у одговарајућем подручју.						
3. Садржај/структура предмета: Теоријска настава: - Дефинисање појмова. - Разлике између општих и домен-специфичних вештина. - Вештине лидера. - Вештине управљања временом. - Комуникационе вештине: активно слушање, невербална комуникација, вештине презентовања, јавни говор. - Социјалне вештине: преговарање, продаја. - Међуљудске вештине: вештине решавања проблема, тимски рад. - Креативност и вештине. Практична настава: дискусије, дебата, припремање презентације.						
4. Методе извођења наставе: Предавања и вежбе, студије случаја, дискусије, презентација примера из праксе, израда и презентација семинарских радова.						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит		55.00
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	30.00			
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година	
1,	Мандић, Т.	Комуникологија: психологија комуникације		Clio	2003	
2,	Northouse, Р.	Liderstvo. Теорија и пракса		Data Status	2008	
3,	Грубић Нешић, Л.	Знати бити лидер		Аб принт	2008	
4,	Добријевић, Г.	Пословно комуницирање и преговарање		Универзитет Сингидунум	2021	

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет		<b>Осигуравачко пословање</b>				
Ознака предмета: 24.ММВК14						
Број ЕСПБ: 9						
Програм(и) у којем се изводи		ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет				
УНО предмета		Финансије				
Наставници:		Милић Т. Драгана, Предавач				
Број часова активне наставе (недељно)						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
4.00	3.00	0.00	0.00	0.00		
Предмети предуслови		Нема				
Услови:						
<b>1. Образовни циљ:</b> Циљ предмета је да студентима омогући стицање суштинског знања и неопходних вештина, у циљу овладавања и разумевања специфичности пословања осигуравајућих друштава. Циљ предмета је да студенти развију способност да анализирају финансијску стабилност осигуравајућих друштава и да овладају методама којима се ризици управљају. Анализом финансијских и актуарских показатеља студенти ће на практичним примерима стећи знања која ће моћи директно да примене у стварном свету пословања осигуравајућих компанија и њиховом пословном окружењу.						
<b>2. Исходи образовања (Стечена знања):</b> По завршетку процеса учења у оквиру предмета Осигуравачко пословање, студенти ће бити у стању да: разликују облике организовања осигуравајућих друштава; анализирају финансијске извештаје осигуравајућих друштава; анализирају ризике у пословању осигуравајућих друштава; анализирају финансијске и актуарске показатеље.						
<b>3. Садржај/структура предмета:</b> Теоријска настава: - Организациони облици осигуравајућих организација. - Животно и неживотно осигурање. - Средства друштава за осигурање. - Пословање друштава за осигурање. - Управљање ризицима у осигурању. - Анализа финансијских и актуарских показатеља. Практична настава: анализе студија случаја, семинарски радови, дискусија.						
<b>4. Методе извођења наставе:</b> Теоријска настава уз решавање практичних примера и анализе студија случаја.						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		
Остале активности и учешће студената у раду на настави		Да	10.00	Писмени испит		
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	10.00			
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	40.00			
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година	
1,	Кочовић, Ј., Шулерић, П., и Ракоњац-Антић, Т.	Осигурање		Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду	2010	
2,	Јанковић, Д.	Осигурање		Алфа-граф НС	2013	
3,	Митрашевић, М., и Пјанић, М.	Управљање ризицима инвестирања средстава осигуравајућих компанија		Универзитет у Новом Саду, Економски факултет у Суботици	2019	
4,	Кочовић, Ј.	Актуарске основе формирања тарифа у осигурању лица		Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду	2012	
5,	Vaughan, E., & Vaughan, T.	Osnove osiguranja: upravljanje rizicima		Mate	2000	
6,	Милић, Д., Миленковић, Н., и Пјанић, М.	Осигурање: осигуравајућа друштва као финансијски посредници		Висока пословна школа струковних студија у Новом Саду	2023	

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет	<b>Примена дигиталних алата у пословном комуницирању</b>
Ознака предмета: 24.ММВК13	
Број ЕСПБ: 9	
Програм(и) у којем се изводи	ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет
УНО предмета	Финансије
Наставници:	Рачић С. Жељко, Професор струковних студија

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
4.00	3.00	0.00	0.00	0.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови:

1. Образовни циљ:

Циљ предмета је да студенти развију меке комуникационе вештине, да разумеју значај пословне комуникације у савременом пословању и да овладају применом савремених дигиталних алата у пословном комуницирању. Такође, циљ је да студенти знају да дефинишу и упореде различите врсте и стилове комуницирања, као и да разумеју важност асертивног комуницирања у пословању. На крају, циљ предмета је да у оквиру интерне организационе комуникације студенти науче како се примењују савремени дигитални алати у оквиру тимског рада, док је у оквиру тржишног комуницирања циљ да студенти науче основна правила и њихову примену у комуникацији са екстерним пословним окружењем.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

По завршетку процеса учења у оквиру предмета Примена дигиталних алата у пословном комуницирању, студенти ће научити да: анализирају основне елементе процеса комуницирања; дефинишу основне карактеристике вербалне и невербалне комуникације; дефинишу значај асертивног комуницирања; анализирају фазе у развоју тимског рада и значај комуникације у подизању тимске ефикасности и решавању конфликта; дефинишу основне моделе тржишног комуницирања; савладају основе ефикасне примене савремених дигиталних алата (ZOOM, Microsoft Teams, Google Drive, креирање видео порука) у синхроним и асинхроним пословним комуницирањем.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава:

- Дефиниција и значај комуницирања у савременом пословању.
- Вербална и невербална комуникација.
- Предности и недостаци синхроне и асинхроне комуникације.
- Дефиниција и значај тимског рада (Интерна комуникација).
- Улога комуникације у оквиру тимског рада.
- Примена савремених дигиталних алата у оквиру тимског рада.
- Механизми тржишног комуницирања (Екстерна комуникација).
- Основе процеса преговарања.
- Управљање конфликтима у организацији.
- Примена савремених дигиталних алата у тржишном комуницирању.


Практична настава: лабораторијске вежбе (креирање садржаја у оквиру асинхроне комуникације); анализе пројектних задатака; анализа студија случаја.

4. Методе извођења наставе:


Класична (екс катедра) настава, лабораторијска примена дигиталних алата, анализе студија случаја и примера из праксе, дискусије, презентација семинарских и пројектних радова.

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави	Да	30.00	Писмени испит	Да	35.00
Присуство на предавањима и вежбама	Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)	Да	30.00			

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Добријевић, Г.	Пословно комуницирање и преговарање	Универзитет Сингидунум	2021
2,	Bovee L. C., & Thill V. J.	Business communication essentials	Pearson	2012
3,	Burns, E., & Koskinen, M.	Video - supported collaborative learning	JAMK University of Applied Science	2020


ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

Предмет завршног рада		<b>Израда завршног мастер рада</b>				
Ознака предмета: 24.ММТК06						
Број ЕСПБ: 2						
Програм(и) у којем се изводи		ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет				
УНО предмета		Економске науке				
Наставници:						
Број часова активне наставе (недељно)						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
0.00	0.00	0.00	3.00	0.00		
Предмети предуслови		Нема				
Услови:						
<p>1. Образовни циљ:</p> <p>Циљ предмета је примена основних теоријско-методолошких, стручних и стручно-апликативних знања и метода у решавању конкретних проблема у оквиру туристичке привреде. Циљ је да посредством изучавања посматраног проблема, његове структуре и сложености и на основу спроведених анализа, студент изведе квалитетне и применљиве закључке о могућим начинима његовог решавања и донесе адекватне одлуке које воде у правцу решења анализираних проблема. Поред тога циљ предмета је да код студента развије способност јасног комуницирања и излагања идеја и решења усмено или у писаном облику.</p>						
<p>2. Исходи образовања (Стечена знања):</p> <p>Након полагања овог предмета студент ће бити оспособљен да самостално и на бази раније стечених знања сагледа структуру задатог проблема и његове систематске анализе у циљу извођења закључака о могућим правцима његовог решавања. Поред тога студент ће бити оспособљен да усмено и у дефинисаној писаној форми изложи предлог за решавање анализираних практичних проблема, који је претходно прихваћен од стране ментора.</p>						
<p>3. Садржај/структура предмета:</p> <p>Садржај предмета варира од случаја до случаја у циљу прилагођавања потребама израде конкретних мастер рада. Студент кроз консултације са ментором дефинише релевантну литературу из области туризма, чије проучавање је неопходно за стицање функционалних знања потребних за успешну израду конкретних завршних мастер рада.</p>						
<p>4. Методе извођења наставе:</p> <p>Интерактивна теоријска и практична настава, примена метода истраживачког рада, консултације, анализа студија случаја.</p>						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Поена
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	70.00	Усмени испит		30.00
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач		Година
1,	-	Актуелни часописи свих година издавања и одбрањени завршни радови из дате области				-


ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

Завршни рад		<b>Завршни мастер рад</b>				
Ознака предмета: 24.ММТК07						
Број ЕСПБ: 7						
Програм(и) у којем се изводи		ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет				
УНО предмета		Економске науке				
Наставници:						
Број часова активне наставе (недељно)						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
0.00	0.00	0.00	0.00	3.00		
Предмети предуслови		Нема				
Услови: Положени сви испити предвиђени наставним планом и програмом мастер струковних студија.						
<b>1. Образовни циљ:</b> Завршни мастер рад има за циљ да студенти на основу обављене стручне праксе и уз консултације са ментором, самостално примене стечена знања и вештине и на тај начин докажу да поседују способност за решавање практичних проблема из привредног или јавног сектора, који се тичу туристичког сектора. Циљ је да студенти писменим и усменим путем покажу да су савладали основе квалитативног и квантитативног истраживања, да су стекли циљевима програма предвиђена знања и да су савладали савремене методе и технике које су неопходне да самостално и аналитички решавају комплексне практичне проблеме и доносе оптималне пословне одлуке у области туризма.						
<b>2. Исходи образовања (Стечена знања):</b> Израдом Завршног мастер рада, студенти треба да докажу да поседују способност да опишу проблематику која је тема рада, да испоље креативност у анализи практичног проблема и у складу са стандардима струке предложи модел за његово решење. Одбраном Завршног мастер рада студенти треба да докажу да су компетентни за генерисање адекватних информација и њихово интегрисање у циљу доношења квалитетних предлога за решавање комплексних практичних проблема из области туризма.						
<b>3. Садржај/структура предмета:</b> Тему завршног мастер рада из области туризма дефинишу студент и изабрани наставник-ментор. Завршни рад на мастер струковним студијама представља пројекат у којем се решава практични проблем из области туризма из привредног или јавног сектора. Завршни мастер рад представља писану форму која се састоји из више целина. Након уводних разматрања, рад треба да садржи приказ теоријских и методолошких основа које су коришћене у циљу решавања конкретног проблема из привредног или јавног сектора, експериментални (практични) део, приказ добијених резултата, њихову анализу и предлог решења разматраног проблема, закључну дискусију и на крају списак коришћене литературе.						
<b>4. Методе извођења наставе:</b> Израду завршног мастер рада, студент реализује у складу са Процедурама израде и контроле квалитета мастер рада, у оквиру ког су дефинисани садржај, обим, форма, поступак израде и одбране рада. Студент у комуникацији са наставником – ментором, кроз сазнања добијена на стручној пракси, кроз дискусије одабраних тема и анализе студија случаја у току предавања, долази до конкретних идеја за решавање разматраног пословног проблема у туристичком сектору. У току одбране кандидат прво усмено излаже писани део рада, након чега одговара на питања чланова Комисије за одбрану завршног рада. По завршетку одбране, Комисија утврђује оцену и саопштава је кандидату.						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Поена
Писмена израда завршног рада		Да	60.00	Усмена одбрана завршног рада (презентација)		40.00
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов			Издавач	Година
1,	-	Актуелни часописи свих година издавања и одбрањени завршни радови из дате области				-



ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

<b>Наставни предмет</b>		<b>Примењено статистичко истраживање</b>					
Ознака предмета: 24.MP0023							
Број ЕСПБ: 7							
Програм(и) у којем се изводи		MMN - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Обавезан предмет MMT - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет MPO - МСС Међународно пословање и финансије (МСС), Изборни предмет					
УНО предмета		Квантитативна анализа					
Наставници:		Папић-Благојевић М. Наташа, Професор струковних студија					
<b>Број часова активне наставе (недељно)</b>							
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови			
4.00	2.00	0.00	0.00	0.00			
<b>Предмети предуслови</b>		Нема					
Услови:							
1. Образовни циљ: Циљ предмета је стицање знања из области статистичке анализе и оспособљавање студената за коришћење различитих модела и метода примењене статистике. Циљ предмета је и примена теоријских знања о статистичким моделима у прикупљању, обради и анализи података, развијање способности логичког закључивања о добијеним резултатима, уз истовремену практичну примену теоријски обрађених метода. Изучавањем модела и метода примењене статистике, циљ је да се створи основа за анализу економских показатеља и предвиђање њиховог кретања у реалним тржишним околностима.							
2. Исходи образовања (Стечена знања): Након савладавања садржаја овог предмета, студенти ће бити у стању да: дефинишу и примене статистичке појмове и методе анализе статистичких података; повежу теоријска и практична знања приликом обраде података; изаберу статистичке методе и моделе који ће у конкретним околностима дати најбоље резултате; протумаче добијене резултате уз проналажење адекватне практичне примене; сагледају могућности примене стечених практичних знања кроз употребу одговарајућих алата у писању завршног мастер рада.							
3. Садржај/структура предмета: Теоријска настава: - Уводни појмови; Улога и значај статистике у истраживањима. - Извори и базе података; Припрема података за обраду. - Табеларно и графичко приказивање квалитативних и квантитативних података. - Дескриптивна статистика са применом у Екселу. - Регресиона анализа. Проста и вишеструка регресиона анализа кроз примену у Екселу. - Анализа варијансе кроз примену у Екселу. - Анализа временских серија; Линеарни, експоненцијални и квадратни тренд кроз примену у Екселу. - Савремени статистички алати за обраду података. Практична настава: практични примери, самосталан рад или рад у групи; практичан рад у рачунарској лабораторији у Екселу.							
4. Методе извођења наставе: Предавања и вежбе, практичан рад у рачунарској лабораторији.							
Оцене знања (максимални број поена 100)							
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Обавезна	Поена
Практичан рад: самостална израда студије случаја		Да	25.00	Писмени испит		Да	35.00
Присуство на предавањима и вежбама		Да	5.00				
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)		Да	35.00				
Литература							
Р.бр.	Аутор-и	Наслов		Издавач	Година		
1,	Levine, D. M., Stephan, D. F., Krehbiel, T. C., & Berenson, M. L.	Statistics for Managers, Using Microsoft Excel (6th Ed.)		Pearson Education, Inc.	2011		
2,	Солдић-Алексић, Ј.	Примењена анализа података: Рад у програмима за статистичку анализу и табеларна израчунавања		Центар за издавачку делатност Економског факултета у Београду	2015		
3,	Field, A.	Discovering statistics using IBM SPSS statistics (5th Ed.)		SAGE Publications	2017		
4,	McClave, J. T., Benson, P. G., & Sincich, T.	Excel Manual: Statistics for Business and Economics (11th Ed.)		Pearson Education	2011		
5,	Larson, R., & Farber, B.	Excel Manual for Elementary Statistics: Picturing the World (5th Ed.)		Prentice Hall	2012		

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

Наставни предмет	<b>Менаџмент људских ресурса у туризму и хотелијерству</b>			
Ознака предмета: 24.ММТК03				
Број ЕСПБ: 5				
Програм(и) у којем се изводи	ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет			
УНО предмета	Пословна економија			
Наставници:	Бошков Ј. Вероника, Професор струковних студија			
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
2.00	2.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови:

**1. Образовни циљ:**

Циљ предмета је представити студентима основе управљања људским ресурсима у тржишно оријентисаним туристичким предузећима, као и оспособљавање студената за усвајање и унапређивање знања из области планирања, организовања, вођења, контроле и унапређења пословних процеса који се односе на људске ресурсе у туристичко хотелијерском пословању. Студенти, кроз повезивање теорије и праксе, треба да идентификују и прихвате суштину значаја управљања људским ресурсима, те њихов стратегијски аспект, а све повезујући са својим претходно стеченим знањем из других предмета из области управљања.

**2. Исходи образовања (Стечена знања):**

Након савладавања ове научне јединице, студенти ће бити у стању да: препознају и примене специфичне технике управљања људским ресурсима, да изаберу методе регрутовања и селекције кандидата, те да предложи, дефинишу и примене програме развоја људских ресурса, затим формулишу ефикасан систем креирања и администрирања директних и индиректних зарада и мотивисања запослених. Успостављањем односа између теорије и праксе студенти ће препознати значај и позицију управљања људским ресурсима у савременим туристичким предузећима и биће у стању да употребе стратегијске аспекте управљања људским ресурсима. Студенти ће развити вештине у индивидуалном и тимском раду, те дефинисањем концепта људских ресурса, рационално управљати истим. На тај начин студенти ће свој тим и своја предузећа управљања оспособити за постизање конкурентске предности на тржишту.

**3. Садржај/структура предмета:**

Теоријска настава:

- Појам менаџмента људских ресурса и његова улога у управљању организацијом у условима брзих промена.
- Циљеви и савремени трендови управљања људским ресурсима у туризму и хотелијерству.
- Значај, модели и етичка питања у менаџменту људских ресурса.
- Стратегијски менаџмент људских ресурса.
- Фактори радне успешности и приврженост организацији.
- Технолошке иновације и креативност.
- Планирање и регрутовање људских ресурса.
- Селекција, социјализација, тренинг и образовање запослених.
- Организационе промене.
- Каријера запосленог и теорије мотивације за рад.
- Управљање перформансама запослених и награђивање.
- Организациона култура и комуникација.

Практична настава: израда студија случаја.

**4. Методе извођења наставе:**

Вежбе прате програм предавања. Одвијају се кроз семинарски рад, активно учешће студената у дискусији кроз одабране теме и анализе студије случаја, путем тимског рада и у виду радионица.

Оцене знања (максимални број поена 100)

Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави	Да	10.00	Писмени испит	Да	45.00
Практичан рад: самостална израда студије случаја	Да	10.00			
Присуство на предавањима и вежбама	Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)	Да	30.00			


Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Бошков, В.	Менаџмент људских ресурса у туризму и хотелијерству	Висока пословна школа струковних студија у Новом Саду	2020



КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
2,	Живковић, Р., и Брдар, И.	Понашање и заштита потрошача у туризму	Центар за издавачку делатност Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум у Београду.	2018
3,	Черовић, С.	Управљање људским ресурсима у хотелијерству	Центар за издавачку делатност Факултета за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум у Београду.	2019
4,	Pržulj, Ž.	Menadžment ljudskih resursa	Centar za izdavačku delatnost Fakulteta za poslovnu ekonomiju Univerzitet Educons u Sremskoj Kamenici	2011

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет		<b>Менаџмент задовољства туриста</b>		
Ознака предмета: 24.ММТК04				
Број ЕСПБ: 6				
Програм(и) у којем се изводи		ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет		
УНО предмета		Менаџмент у туризму		
Наставници:		Јовичић Вуковић Ђ. Ана, Професор струковних студија		
Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00
Предмети предуслови		Нема		

Услови:

1. Образовни циљ:

Циљ предмета је да студенте упозна са значајем концепције задовољства клијената у туризму и хотелијерству. Кроз предмет студенти ће се упознати са практичном употребом различитих метода и техника значајних за истраживање потреба и очекивања, као и праћење задовољства туриста. Студенти ће бити упознати са претходницима задовољства клијената и ефектима које задовољство туриста има на организације у туризму и хотелијерству.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Након положеног испита студенти ће бити способни да објасне концепт задовољства клијента у туризму и хотелијерству, као и појмове очекиване и перципиране вредности. Такође, студенти ће овладати техникама и методама истраживања и мерења задовољства клијената. Студенти ће разумети значај управљања задовољством госта, фазе у процесу мерења, практичну примену метода и техника, као и могућности за отклањање неусаглашености између очекиване и перципиране услуге. Студенти ће умети да препознају и управљају факторима који могу имати утицај на задовољство клијената, као и утицајима које задовољство клијената доноси организацијама у туристичком сектору.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава:

- Појам и значај задовољства клијената.
- Врсте и особине клијената у туризму и хотелијерству.
- Значај људских ресурса за задовољство клијената у туризму и хотелијерству.
- Значај стандардизације за задовољство клијената.
- Методе и технике истраживања задовољства клијената у туризму и хотелијерству.
- Решавање незадовољства клијената.
- Ефекти задовољства клијената на пословање туристичких и хотелијерских предузећа.

Практична настава: израда и презентација семинарских радова, анализа студија случаја, дискусије и рад у групама.

4. Методе извођења наставе:


Предавања, вежбе, интерактивна настава уз коришћење аудио-визуелне опреме, израда и презентација семинарских радова, анализа чланака и студија из часописа и са интернета, израда практичних задатака - реализација истраживања задовољства корисника у туризму у хотелијерству.

Оцене знања (максимални број поена 100)


Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Остале активности и учешће студената у раду на настави	Да	10.00	Писмени испит	Да	45.00
Практичан рад: самостална израда студије случаја	Да	10.00			
Присуство на предавањима и вежбама	Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)	Да	30.00			

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Galičić, V., & Ivanović, S.	Menadžment zadovoljstva gosta	Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu u Opatiji	2008
2,	Ловрета, С., Берман, Б., Петковић, Г., Црнковић, Ј., и Вељковић, С.	Менаџмент односа са купцима	Дата Статус и Економски факлет у Београду	2010
3,	Marušić, M., Prebežac, D., & Mikulić, J.	Istraživanje turističkih tržišta	Ekonomski fakultet u Zagrebu	2019
4,	Ford, R. & Cherrill, H.	Managing the guest experience in hospitality	Delmar Publishers	2000
5,	Peppers, D., & Rogers, M.	Managing customer relationships: a strategic framework	John Wiley & Sons	2011
6,	Noe, F.P., Uysal, M., & Magnini, V.P.	Tourist customer service satisfaction: an encounter approach	Routledge	2010

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Стручна пракса		<b>Стручна пракса</b>				
Ознака предмета: 24.ММТК05						
Број ЕСПБ: 3						
Програм(и) у којем се изводи		ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Обавезан предмет				
УНО предмета		Економске науке				
Наставници:						
Број часова активне наставе (недељно)						
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови		
0.00	0.00	0.00	0.00	6.00		
Предмети предуслови		Нема				
Услови:						
<p>1. Образовни циљ:</p> <p>Циљ предмета Стручна пракса је да студенти у практичним условима унапреде способности за решавање конкретних практичних проблема из области туризма и хотелијерства и да унапреде практична знања из датих области. Поред тога, циљ је да се студенти оспособе да применом стручних и стручно-апликативних знања у пословној пракси, допринесу решавању сложених практичних проблема који постоје у привредној или јавној институцији у оквиру које обављају стручну праксу. Циљ је да студенти развијају вештине за креативно решавање проблема и доношење оперативних одлука и да кроз тимски рад дају допринос у решавању неког практичног проблема те институције. Уредним евидентирањем обављених задатака и датих доприноса у решавању поменутог проблема, студенти сакупљају материјале (документе, прорачуне,...) који представљају основ за израду мастер рада.</p>						
<p>2. Исходи образовања (Стечена знања):</p> <p>По завршетку овог предмета студенти ће бити оспособљени да унапреде примену претходно стечених теоријских и стручних знања у решавању практичних проблема у оквиру изабраног предузећа или институције. Студенти ће у практичним условима додатно развити способност уочавања проблема, критичке анализе и тражења алтернативних решења, као и израде и презентације рада, који може да представља основ за израду</p>						
<p>3. Садржај/структура предмета:</p> <p>Практичан рад у оквиру стручне праксе подразумева: висок ниво интеракције на релацији ментор-кандидат, дефинисање плана реализације стручне праксе, дефинисање циља и задатка истраживања, утврђивање и опис основног проблема, дефинисање основних метода, техника и инструмената за реализацију пројекта стручне праксе, дефинисање облика презентације резултата истраживања (писани документ, усмена презентације, електронска презентација,...), дефинисање садржаја завршног извештаја о обављеној стручној пракси. Програмски задаци и пројекти практичног карактера односе се на тематско подручје туризма и хотелијерства.</p>						
<p>4. Методе извођења наставе:</p> <p>Студенти у току извођења стручне праксе кроз интензивну комуникацију са ментором и изабраним представником организације и коришћењем основних аналитичких, синтетичких и стручних метода, треба да напишу практичан рад чији је циљ решавање конкретног пословног проблема изабране институције.</p>						
Оцене знања (максимални број поена 100)						
Предиспитне обавезе		Обавезна	Поена	Завршни испит		Поена
Дневник стручне праксе		Да	35.00	Усмени испит		30.00
Практични рад у изабраној инсититуцији/организацији		Да	35.00			
Литература						
Р.бр.	Аутор-и	Наслов			Издавач	Година
1,	Организација где се обавља стручна пракса	Интерна акта организације где се обавља стручна пракса				-

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4	
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>	

Наставни предмет	<b>Друштвено одговорно пословање</b>
Ознака предмета: 24.ММВК11	
Број ЕСПБ: 7	
Програм(и) у којем се изводи	ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет
УНО предмета	Трговина
Наставници:	Ралетић Јотановић М. Саша, Предавач

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови:

1. Образовни циљ:

Циљ предмета је да студенти стекну теоријска и практична знања и вештине и развију критичко размишљање из домена друштвено одговорног пословања, са сврхом да успешно самостално могу друштвено одговорно да послују на тржишту. Тачније, кроз целокупно савладавање градива, студенти ће моћи да схвате да је данас друштвено одговорно пословање нужност, да сазнају и савладају појимање друштвено одговорног пословања, различита подручја, облике и алате друштвено одговорног пословања као и да се упознају са примерима добре праксе.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

Студенти ће кроз целокупно савладавање градива из предмета бити оспособљени да самостално: дефинишу и опишу значај друштвено одговорног пословања; дефинишу и опишу друштвено одговорно пословање, као и његова подручја, облике и алате; процене, изаберу и објасне која подручја друштвено одговорног пословања као и који облици и алати друштвено одговорног пословања су најефективнији за појединачна предузећа; испланирају, креирају, организују, реализују и изврше мониторинг програма друштвено одговорног пословања у предузећима; реше проблеме кроз пружање конкретних решења уколико се предузеће на тржишту препозна као друштвено неодговорно.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава:

- Одрживи развој.
- Преглед развоја концепта Друштвено одговорног пословања (ДОП-а).
- Најчешћа подручја ДОП: екологија, социјални проблеми, економија, култура.
- ДОП утемељено у Маркетингу са друштвеним циљем.
- Облици ДОП (појимање, предности, недостаци и примери):
  - Корпоративни друштвени маркетинг: подршка кампањама за промену понашања,
  - Узрок повезани маркетинг: прилози директно повезани с продајом производ,
  - Корпоративна филантропија: директан прилог за неки друштвени циљ,
  - Волонтерски рад за заједницу: запослени поклањају своје време и своје способности,
  - Редовно пословање темељено на повишеној друштвеној одговорности.
- Маркетинг алати којима се постиже ДОП (појимање и примери): производ, цена, друштвено одговорно буџетирање, дистрибуција, промоција, партнерство, иновације, претходно искуство, итд..
- Одржива потрошња: одржива куповина, одржива потрошња, одрживо одлагање отпада, пост-употреба производа.

Практична настава: анализа примера из праксе и израда студија случаја.

4. Методе извођења наставе:

Предавања ће се изводити употребом следећих наставних метода: презентација, објашњавање, слушање, гледање, дијалог, дискусија, и интеракција, уз примену савремених учила (пројектор, видео записи, онлине платформе за учење, итд.), са акцентом на учешће студената. Вежбе ће се изводити употребом следећих наставних метода: презентација, објашњавање, слушање, читање, писање, дијалог, дискусија, студије случаја и практичан рад, уз примену савремених учила (пројектор, видео записи, итд.), са акцентом на учешће студената.

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Практичан рад: самостална израда студије случаја	Да	15.00	Писмени испит	Да	45.00
Присуство на предавањима и вежбама	Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)	Да	35.00			


Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Kotler, F., & Li, N.	Korporativna društvena odgovornost	HERAedu	2009
2,	Jalšenjak, B., & Krkač, K.	Poslovna etika, korporacijska društvena odgovornost i održivost	Mate DOO	2016



КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
3,	Taфра Vlahović, М.	Održivo poslovanje	Veleučilište s pravom javnosti Baltazar	2011
4,	Renato, С.	Etička klopka	Tim press	2007
5,	Kaуfer, K., & Scharmer, O.	Prijelaz ekonomije iz egosustava u ekosustav	Planetopija	2016
6,	уредили: Јалшењак, Б. и Кркач, К.	Пословна етика, корпорацијска друштвена одговорност и одрживост	Mate	2016

ВИСОКА ПОСЛОВНА ШКОЛА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА 21000 НОВИ САД, ВЛАДИМИРА ПЕРИЋА ВАЛТЕРА 4		
<b>КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму</b>		

Наставни предмет	<b>Одрживи развој</b>
Ознака предмета: 24.ММВК12	
Број ЕСПБ: 7	
Програм(и) у којем се изводи	ММН - МСС Менаџмент и бизнис (МСС), Изборни предмет ММТ - МСС Менаџмент маркетингом у туризму (МСС), Изборни предмет
УНО предмета	Пословна економија
Наставници:	Ђукановић Ж. Славиша, Професор струковних студија

Број часова активне наставе (недељно)				
Предавања	Аудиторне вежбе	Други облици наставе	СИР/СТИР/ИР/ПИР/НИР	Остали часови
3.00	2.00	0.00	0.00	0.00

Предмети предуслови	Нема
---------------------	------

Услови:

1. Образовни циљ:

Циљ наставног предмета јесте усвајање знања и искустава из области одрживог развоја, који могу бити оствариви. Сагласно томе, студенти ће најпре упознати појам и значај људског развоја, као животворне основе за дефинисање и надоградњу позитивне базичне идеје. Надаље, суочени са разложним представљањем видних обележја савременог неодрживог развоја, попут растуће неједнакости, незапослености и сиромаштва људи, односно гомилања материјалног богатства у власништву све мањег броја држава и појединаца, студенти ће разумети главне узроке таквог стања и научити како да их избегну, односно превазиђу њихове негативне последице, сагласно препорукама важеће Националне стратегије одрживог развоја.

2. Исходи образовања (Стечена знања):

По завршетку наставе, студенти ће овладати искуством пословања у складу са одрживим развојем. То значи да ће стећи способности препознавања и савладавања бројних препрека и замки на путу остварења изворне замисли одрживог развоја. Најпре ће разумети испреплетаност економске, социјалне, еколошке и духовне стране развоја, неопходну за постизање целовитог благостања људи. Затим ће упоредити специфичне методолошке поступке мерења људског раста, неједнакости, сиромаштва, као и мерења целокупног (не)одрживог развоја. Коначно, студенти ће, спознавши разлоге актуелне светске финансијско-еколошко-моралне кризе, научити да процењују, вреднују и предлажу примену одговарајућих мера за ублажавање њених штетних последица, отклањање узрока и преусмеравање деловања ка јачању позитивног и трајног (одрживог) привредног развоја Србије.

3. Садржај/структура предмета:

Теоријска настава:

- Еволуција схватања о развоју.
- Људски развој.
- Одрживи развој.
- Неједнакост и развој.
- Сиромаштво и социјална искљученост.
- Незапосленост и развој.
- Критика концепта одрживог развоја.
- Институције и одрживи развој.
- Демографски токови и одрживи развој.
- Економија заснована на знању.
- Епоха и економија постмодерне.
- Циркуларна економија нематеријалних вредности.
- Одрживи развој у Србији.
- Развојне перформансе привреде Србије после 2000. године
- Национална Стратегија одрживог развоја.

Практична настава: Изучавање на конкретним примерима, интерактивна гостујућа предавања искусних професора.

4. Методе извођења наставе:

Теоријска настава из предмета Одрживи развој биће изведена путем усмених предавања и вежби, уз коришћење одговарајућих видео презентација. Практична настава ће обухватити предиспитну обавезу свих студената да, сходно личним надахнућима, самостално или групно обраде пригодне теме из области одрживог развоја и на вежбама јавно презентују резултате својих изучавања. С обзиром да је реч о изборном предмету на завршној години мастер студија, студентима ће бити омогућена слобода избора теме, коју ће они детаљно обрадити, и у облику испитног рада усмено одбранити на предметном испиту.

Оцене знања (максимални број поена 100)					
Предиспитне обавезе	Обавезна	Поена	Завршни испит	Обавезна	Поена
Практичан рад: самостална израда студије случаја	Да	20.00	Усмена одбрана завршног рада (презентација)	Да	45.00
Присуство на предавањима и вежбама	Да	5.00			
Провера знања у току наставе (колоквијум-и)	Да	30.00			

Литература				
Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година





КЊИГА ПРЕДМЕТА - МСС Менаџмент маркетингом у туризму

Литература

Р.бр.	Аутор-и	Наслов	Издавач	Година
1,	Јовановић-Гавриловић, Б.	Развој са људским ликом	Економски факултет у Београду	2013
2,	Ђукић, П., и Ђукановић, С.	Одрживи развој, друштвено-економски и еколошки аспекти	Технолошко-металуршки факултет у Београду	2018
3,	Dušanić, J.	Ekonomija postmoderne	Catena mundi	2019