



АКАДЕМИЈА СТРУКОВНИХ СТУДИЈА ЗАПАДНА СРБИЈА

Седиште Ужице, Трг Светог Саве 34

О Д С Е К У Ж И Ц Е

План рада

Назив предмета	Маркетинг менаџмент туристичке дестинације				
Студијски програм/и (модул)	Менаџмент у туризму				
Година студија	II	Семестар	III	ЕСПБ	7
Статус предмета	Изборни		Услов	нема	

Подаци о наставницима и сарадницима на предмету	
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	Др Зорица Сагић Професор струковних студија, Понедељак од 11-13 и уторак од 09-11 часова zoricasagic@gmail.com
Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	Петар Благојевић Сарадник ван радног односа Понедељак од 16-18 petar.uzice@gmail.com

Циљеви предмета
Циљ предмета: Усвајање знања и вештина у области пружања туристичких услуга и развоја туристичких организација, креирања модела менаџмента и упознавања специфичности у остваривању активности у области туристичке делатности.

Садржај и структура предмета
Садржај предмета Теоријска настава: Појам.значај и начела менаџмента; Менаџмент и менаџери; развој управљачке мисли; Савремени концепти управљања; Основи стратегијског менаџмента; Концепти, методе и технике стратегијског менаџмента; Стратегијске опције и активности у функцији; Стратегијски менаџмент и стратегијско планирање; Планирање у функцији менаџмента; Односи стратегијског планирања, маркетинга и теорије фирме; Доношење менаџерских одлука; Утврђивање послова које треба обављати у предузећу; Вођење; Мотивација; Комуникација; Управљање групама; Менаџерски нивои и контрола Практична настава: Вежбе, Други облици наставе, Студијски истраживачки рад Презентирање и анализа конкретних примера менаџмент пројеката из праксе домаћих и страних туристичких организација. Дискусија – интерактивно учешће у виду примера и решавање задатака. Симулација ситуација из пословне праксе и презентација решења.

План и распоред извођења наставе	
Наставна недеља	НАЗИВ НАСТАВНЕ ЈЕДИНИЦЕ
Предавања	
1	Уводно предавање.
2	Креирање вредности и сатисфакција потрошача.
3	Управљање маркетингом у предузећу.
4	Макромаркетинг окружење.
5	Микромаркетинг окружење.
6	Маркетинг информациони систем и маркетинг истраживања.
7	Истраживање финалних потрошача.
8	Пословно тржиште и понашање пословних купаца.
9	Сегментација тржишта.
10	Значај брендирања туристичке дестинације за пословање савременог туристичког предузећа
11	Основни појмови брэнда у туризму
12	Увођење, одржавање и животни циклус брэнда туристичке дестинације на тржишту
13	Стратегије развоја брэнда туристичке дестинације.
14	Брендирање туристичке дестинације
15	Колоквијум
Вежбе	
1	Значај брендирања туристичке дестинације за пословање савременог туристичког предузећа
2	Основни појмови брэнда у туризму
3	Увођење и одржавање брэнда туристичке дестинације на тржишту
4	Животни циклус брэнда туристичке дестинације
5	Стратегије развоја брэнда туристичке дестинације.
6	Бренд услуга и географских подручја (туристичких дестинација)
7	Брендирање туристичке дестинације I део
8	Брендирање туристичке дестинације II део
9	Одбрана семинарских радова
10	Одбрана семинарских радова
11	Одбрана семинарских радова
12	Одбрана семинарских радова
13	Одбрана семинарских радова
14	Одбрана семинарских радова
15	Колоквијум

Начин оцењивања – структура и број поена на предиспитним обавезама и испиту			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	усмени испит	50
практична настава	10		
колоквијум-и	20		
семинар-и	10		

Литература
Литература : Основна – уџбеник : Черовић С., 2003., Менаџмент у туризму, Нови Сад, Природноматематички факултет. Допунска литература: Монографија : Ђуричић Р., Ђуричић З. и Ђуричић М., 2010., Интегрисани маркетинг менаџмент систем у здравственом туризму, Ужице. Сагић З., 2013.“Менаџмент у туризму“, Београд, Научна КМД, 2013.

