

**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	МЕНАџМЕНТ ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ				
Студијски програм/и (модул)	МСС - Пословна економија и менаџмент - модул Туризам				
Година студија	друга	Семестар	трећи	ЕСПБ	6
Статус предмета	обавезан	Услов			

Подаци о наставницима и сарадницима на предмету

Име и презиме, академско звање, термин консултација, електронска адреса	др Радомир Стојановић, Професор струковних студија, Уторак 12,00 – 14,00 radomir.stojanovic@vpts.edu.rs
--	--

Циљеви предмета

СТИЦАЊЕ одговарајућих знања и вештина из области управљања туристичким дестинацијама. Способност студената да решавају сложене практичне проблеме везане за функционисање туристичке дестинације у складу са трендовима на туристичком тржишту, са посебним акцентом на одрживи развој туризма на одређеном простору. Важан циљ је и да се студенти оспособе за самостално укључивање у сложене активности као што су израда и примена различитих планских докумената (стратегија, мастер планова, програма развоја...) у складу са важећим Законом у туризму.

Садржај и структура предмета

Теоријска настава: Простор као основна компонента туристичке дестинације, дефинисање туристичких дестинација, нове-потенцијалне дестинације, класификација туристичких дестинација; елементи туристичке дестинације-атрактивни, комуникациони и рецептивни фактори, неопходност управљања туристичком дестинацијом, регионални приступ код посматрања туристичких дестинација; јавно-приватно партнерство (ЈП) и кластерско повезивање у функцији управљања дестинацијом; дестинацијска менаџмент компанија (ДМК) и дестинацијска менаџмент организација (ДМО)-појам, дефиниције, сличности и разлике; концепт одрживог развоја туризма, носећи капацитети у туризму; законска регулатива, стратешка и планска документа у функцији управљања дестинацијом, институционални оквир за развој туризма (локални, регионални и национални ниво).

Практична настава: Спроводи се у туристичким организацијама на више нивоа (локалном, регионалном, националном), органима локалне самоуправе, као и другим релеватним субјектима туристичке понуде. Учешће студената на домаћим и међународним скуповима-конференцијама, форумима... чија је тематика управљање туристичким дестинацијама.

План и распоред извођења наставе

Наставна недеља	НАЗИВ НАСТАВНЕ ЈЕДИНИЦЕ
	Предавања

1	Туристичка дестинација (ТД) – основне поставке (појам и дефиниције; ТД као интегрални туристички производ; простор као основан компонента ТД; потенцијалне ТД)
2	Класификација и врсте ТД (критеријуми за класификацију, карактеристике појединачних врста ТД);
3	Елементи ТД – атрактивни, комуникациони и рецептивни фактори; остале теоријске поставке о структури односно елементима ТД (4А, примарни и секундарни елементи)
4	Управљање ТД – неопходност управљања, појам дестинацијског менаџмента, правни основ (Р. Србија, Р. Српска, Црна Гора)
5	Планска документа као основ за управљање дестинацијама - врсте (Стратегија развоја туризма, Стратегијски мастер план, Програм развоја туризма општине/града, Стратегијски маркетинг план...); садржај/структура; процедура доношења, надлежности, реализација планских докумената
6	Туристички простор – проглашење, одрживо коришћење, управљање и развој, подстицајне мере; Категоризација туристичких места – процедура, израда елабората, проглашење, промена категорије
7	Организациони облици за управљање ТД – Дестинацијске менаџмент организације (ДМО) и дестинацијске менаџмент компаније (ДМК); надлежности, унутрашња организација, органи управљања, начин финансирања, међусобни однос између ДМО и ДМК
8	Туристичке организације (ТО) као традиционална тела за промоцију и управљање ТДТ – нивои (ЛТО, РТО, НТО) надлежности, начин оснивања и финансирања, контрола рада ТО, ограничења и проблеми у функционисању
9	Институционални оквир за управљање, развој и промоцију ТД на локалном, регионалном и националном нивоу – надлежности локалне самоуправе, надлежности државних органа; јавно-приватно партнерство (ЈПП) и кластерско повезивање у функцији управљања ТД
10	Концепт одрживог развоја као основ за управљање ТД, носећи капацитети ТД, ланац вредности ТД
11	Конкурентност ТД (појам, компаративна и конкурентска предност; облици, модели и индикатори конкурентности)
12	Процес стратегијског управљања ТД (анализа постојећег стања-макроокружење, промене и трендови на туристичком тржишту, конкурентске дестинације; дефинисање визије, мисије и циљева ТД; контрола и ревизија)
13	Позиционирање ТД на домаћем и међународном туристичком тржишту
14	Управљање ТД у условима кризе (кризни менаџмент) – појам ризика и кризе; извори и облици кризе, процедуре, фазе (пре, за време и после кризе), специфичности комуницирања у условима кризе (кризно комуницирање у туризму)
15	Институционална подршка развоју ТД (појам, неопходност институционалне подршке, нивои, носиоци, начела, облици, мерење учинка)
Вежбе	
1	Анализа атрактивних, комуникационих и рецептивних фактора конкретних дестинација у оквиру туристичке регије „Западна Србија“
2	Анализа атрактивних, комуникационих и рецептивних фактора изабраних домаћих и страних ТД
3	Анализа Стратегија развоја туризма Р. Србије, Р. Српске и Црне Горе као „крвних“ планских докумената (садржај и структура; поступак израде, усвајања и реализације у

	практи; акциони планови као разрада стратегије на годишњем нивоу)
4	Анализа осталих планских докумената проистеклих их Стратегије развоја туризма на националном нивоу
5	РТО Западна Србија као пример добре праксе управљања дестинацијом на регионалном нивоу; остали примери примери добре праксе
6	Први колоквијум. Јавна одбрана семинарских радова.
7	Наменски изграђене дестинације- примери добре праксе у земљи и иностранству (Дрвенград-Међавник, Андрићград; Дизниленд...)
8	Туристичка организација Србије (ТОС) – улога у промоцији и унапређењу понуде туристичких дестинација у Србији. Туристичка организација Републике Српске (ТОРС) и НТО Црне Горе
9	Улога локалних органа власти у управљању ТД (надлежности, органи)-анализа изабраних општина и градова у Златиборском округу.
10	Анализа процеса управљања ТД (активности ка релевантном окружењу, активности усмерене унутар дестинације) на конкретним примерима – изабраним дестинацијама
11	Други колоквијум. Јавна одбрана семинарских радова.
12	Анализа показатеља одрживог туризма СТО (Светске туристичке организације)
13	Позиционирање и креирање имиџа на примерима конкретних домаћих и страних ТД
14	Анализа случаја – кризни менаџмент на нивоу ТД (процедуре, носиоци, најчешће грешке)
15	Анализа случаја – институционална подршка развоју ТД у Србији

Начин оцењивања – структура и број поена на предиспитним обавезама и испиту	
Предавања (присуство и активност)	0-10 поена
Вежбе (присуство и активност)	0-10
Први колоквијум	0-10
Други колоквијум	0-10
Семинарски рад	0-10
Испит-писмени део	0-20
Испит-усмени део	<u>0-30</u>
Укупно	100 поена

Литература
1. Попеску, Ј., (2016), Менаџмент туристичке дестинације, Факултет за туристички и хотелијерски менаџмент Универзитета Сингидунум, Београд
2. Стојановић, Р., Станков, С., (2022), Увод у туризам, АСС ЗС –дсек Ужице
3. Стојановић, Р., (2016), Промоција нових туристичких дестинација-београдских приградских општина, одбрањена докторска дисертација на Департману за туризам Универзитета у Новом Саду
4. Јовичић, Д., (2011), Менаџмент туристичких дестинација, Географски факултет, Београд
7. Генов, Г.:(2013), Менаџмент туристичке организације, Висока туристичка школа, Београд
8. Најдеј М., Причард А., Прајд Р., (2015), Дестинација као бренд, Клио, Београд