

		УНИВЕРЗИТЕТ У ИСТОЧНОМ САРАЈЕВУ Економски факултет Пале							
		Студијски програм: Туризам и хотелијерство							
		I циклус студија		III година студија					
Пун назив предмета		ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ							
Катедра		Катедра за туризам и хотелијерство (у развоју)							
Шифра предмета			Статус предмета		Семестар		ECTS		
ТНСО304ТД			обавезни		VI		8		
Наставник/ -ци		доц. др Немања Шаренац							
Сарадник/ -ци									
Фонд часова/ наставно оптерећење (седмично)			Индивидуално оптерећење студента (у сатима семестрално)			Коефицијент студентског оптерећења S ₀			
П		АВ		ЛВ		S ₀			
3		2		0		2,15			
укупно наставно оптерећење (у сатима, семестрално) X*15 + Y*15 + Z*15 = W 45 + 30 + 0 = 75 h				укупно студентско оптерећење (у сатима, семестрално) 3*15*2,15+ 4*15*2,15+ 0*15*2,15= T 96,75+ 64,5 + 0 = 161,25 h					
Укупно оптерећење предмета (наставно + студентско): W + T = U _{opt} сати семестрално 75 h + 161,25 h = 236,25 h = U _{opt}									
Исходи учења		Након завршеног процеса учења студенти ће бити способни да: - разумију основне претпоставке и предуслове за управљање туристичким дестинацијама, - разумију начин постизања конкурентности и одрживости туристичке дестинације, - схвате процес стратегијског управљања туристичким дестинацијама, - користе основне елементе позиционирања и брендирања туристичке дестинације.							
Условљеност		Није условљено							
Наставне методе		Предавања, вежбе, презентације, анализа случаја, семинарски рад							
Садржај предмета по седмицама		Недеља I Недеља II Недеља III Недеља IV Недеља V Недеља VI Недеља VII Недеља VIII Недеља IX Недеља X Недеља XI Недеља XII Недеља XIII Недеља XIV Недеља XV Стање и перспективе развоја туризма у свијету Појам, концепт и тип туристичких дестинација Туристичке дестинације као дио система туризма Појам и модели конкурентности туристичких дестинација Одрживост туристичке дестинације Управљање туристичком дестинацијом Први колоквијум Стратегија развоја туристичке дестинације Развој дестинацијских производа Управљање инструментима маркетинг микса туристичке дестинације Позиционирање и брендирање туристичке дестинације Туристичке дестинације и информационе технологије Кризни менаџмент у туристичким дестинацијама Организација туристичких дестинација у регији Други колоквијум							
Обавезна литература									
Аутор/ и		Назив публикације, издавач			Година		Странице (од-до)		
Огњен Бакић		Маркетинг менаџмент туристичке дестинације. Београд: ЦИД ЕФ			2009		1-219-		
Драган Магаш, Ксенија Водеб, Зринка Задел		Менаџмент туристичке организације и дестинације. Опатија: ФТХМ			2018		1-175		
Јован Попеску		Менаџмент туристичке дестинације. Београд: Сингидунум			2016		1-262		
Допунска литература									
Аутор/ и		Назив публикације, издавач			Година		Странице (од-до)		
Александар Ђорђевић, Бојан Зечевић		Креирање вредности у туризму. Београд: ЦИД ЕФ			2015		-		
Alstair Morrison		Marketing and Managing Tourism Destination. New York: Routledge			2018		-		
Steven Pike		Destination Marketing. New York: Routledge			2015		-		
Обавезе, облици провере знања и оцјењивање		Врста евалуације рада студента				Бодови		Проценат	
		Предиспитне обавезе							
		нпр. присуство предавањима/ вџбама				10		10%	
		нпр. позитивно оцјењен сем. рад/ пројекат/ есеј				5		5%	
		нпр. студија случаја – групни рад							
		нпр. тест/ колоквијум				20		20%	
		нпр. тест/ колоквијум				20		20%	
		нпр. рад у лабораторији/ лаб. вџбе							
		нпр. практични рад							
		Завршни испит							
нпр. завршни испит (усмени/ писмени)				45		45%			
УКУПНО				100		100 %			
Web страница		http://ekofis.ues.rs.ba/sr-yu/i-ciklus-studija/nastavni-planovi/sp-turizam-i-hotelijerstvo.htm							
Датум овере		392/20 од 13.2.2020. године							

* користећи опцију инсерт мод унијети онолико редова колико је потребно