



UNIVERZITET U SARAJEVU – PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET

Obrazac SP2

Stranica 1 od 3

Šifra predmeta: TZŽS/107	Naziv predmeta: Upravljanje marketingom turističke destinacije i uslugama u turizmu		
Ciklus: III	Godina: I	Semestar: I	Broj ECTS kredita: 5
Status: Izborni	Ukupan broj sati: 55 Predavanja: 45 Seminari: 10		
Učesnici u nastavi:	Nastavnici i saradnici izabrani na oblast kojoj predmet pripada		
Preduslov za upis:	/		
Ciljevi predmeta:	Cilj predmeta je da se studenti osposobe za primjenu strateškog pristupa u upravljanju različitim dimenzijama i učesnicima na turističkoj destinaciji, kao i na upravljanje destinacijom kroz kreiranje strategije razvoja i njenu implementaciju. Takođe je neophodno da nakon završenog predmeta budu u mogućnosti koncipirati modele korištenja usluga u turističkoj ponudi koje će doprinijeti kreiranju i održavanju konkurentske prednosti destinacije.		
Tematske jedinice:	<ol style="list-style-type: none">1. Teorije, modeli, tehnike i principi strateškog marketinga i menadžmenta turističke destinacije2. Analiza ključnih snaga i interesnih grupa od kojih zavisi turistička destinacija3. Integrirano planiranje za turističku destinaciju4. Koncept saradnje privatnog i javnog sektora5. Razvoj koncepta destinacijske konkurentnosti6. Implementacija srategija marketinga na turističkoj destinaciji7. Upravljanje uslugama u cilju kreiranja konkurentske prednosti destinacije8. Diferenciranje ponude turističke destinacije na bazi usluga		
Ishodi učenja:	Znanje: <ul style="list-style-type: none">• student analizira turizam u kontekstu savremenih usluga i njihovim specifičnostima;• student identifikuje sve tipove marketing okruženja;• student objašnjava povezanost i zavisnost svih elemenata marketing miksa; Vještine: <ul style="list-style-type: none">• student samostalno analizira ponašanje korisnika turističkih usluga;		



	<ul style="list-style-type: none">• student procjenjuje proces istraživanja marketinga u turizmu;• student samostalno tumači proces segmentiranja, izbor ciljnih tržišta i pozicioniranja. Kompetencije: <ul style="list-style-type: none">• student procjenjuje, uspoređuje i predlaže najadekvatniji marketing mix																					
Metode izvođenja nastave:	Multimedijalno izlaganje i razgovor (predavanje); <ul style="list-style-type: none">- predavanja sa prezentacijama,- poster prezentacije,- studije slučaja.- Istraživački samostalni rad studenata i zajednička analize: <ul style="list-style-type: none">- praktične vježbe,- studentske prezentacije,- timski rad,- debate,- grupna rasprava.																					
Metode provjere znanja sa strukturom ocjene¹:	Provjera znanja – kriterij: <ul style="list-style-type: none">- Analize studija slučaja: max 10 – min 7 bodova- Diskusije tekstova: max 10 – min 7 bodova- Prikaz naučnih članaka: max 30 – min 16 bodova- Završni rad: max 50 – min 25 bodova Ukupno 100 bodova, uslov za prolaz: 55 bodova Ocjenjivanje: <table><thead><tr><th>Ocjena</th><th>E CTS ocjena</th><th>Broj bodova</th></tr></thead><tbody><tr><td>10</td><td>(A) izvrstan</td><td>95 - 100</td></tr><tr><td>9</td><td>(B) odličan</td><td>85 - 94</td></tr><tr><td>8</td><td>(C) vrlo dobar</td><td>75 - 84</td></tr><tr><td>7</td><td>(D) dobar</td><td>65 - 74</td></tr><tr><td>6</td><td>(E) dovoljan</td><td>55 - 64</td></tr><tr><td>5</td><td>(F,FX) nedovoljan</td><td><55</td></tr></tbody></table>	Ocjena	E CTS ocjena	Broj bodova	10	(A) izvrstan	95 - 100	9	(B) odličan	85 - 94	8	(C) vrlo dobar	75 - 84	7	(D) dobar	65 - 74	6	(E) dovoljan	55 - 64	5	(F,FX) nedovoljan	<55
Ocjena	E CTS ocjena	Broj bodova																				
10	(A) izvrstan	95 - 100																				
9	(B) odličan	85 - 94																				
8	(C) vrlo dobar	75 - 84																				
7	(D) dobar	65 - 74																				
6	(E) dovoljan	55 - 64																				
5	(F,FX) nedovoljan	<55																				
Literatura²:	Obavezna: <ol style="list-style-type: none">1. Kozak, M. and Baloglu, S. (2010). Managing and Marketing Tourist Destinations - Strategies to Gain a Competitive Edge, Routledge2. Kotler, P. (1993). Marketing places, The Free Press																					

¹Struktura bodova i bodovni kriterij za svaki nastavni predmet utvrđuje vijeće organizacione jedinice prije početka studijske godine u kojoj se izvodi nastava iz nastavnog predmeta u skladu sa članom 64. st.6 Zakona o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo

² Sena visokoškolske ustanove kao ustanove odnosno vijeće organizacione jedinice visokoškolske ustanove kao javne ustanove, utvrđuje obavezne i preporučene udžbenike i priručnike, kao i drugu preporučenu literaturu na osnovu koje se priprema i polaže ispit posebnom odlukom koju obavezno objavljuje na svojoj internet stranici prije početka studijske godine u skladu sa članom 56. st 3. Zakona o visokom obrazovanju Kantona Sarajevo



UNIVERZITET U SARAJEVU – PRIRODNO-MATEMATIČKI FAKULTET

Obrazac SP2

Stranica 3 od 3

3. Bakić O. (2003). Marketing u turizmu, Beograd

Dopunska:

1. Tsiotsou, R. H. and Goldsmith, E. R. (2012). Strategic Marketing in Tourism Services