

Табела 5.1 Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

Назив предмета: Стратешка партнерства и интерсекторско повезивање у туризму		
Наставник или наставници: др Игор Стаменковић , др Оља Мунитлак Ивановић		
Статус предмета: изборни		
Број ЕСПБ: 15		
Услов:-		
Циљ предмета Циљ предмета је стицање најновијих знања из домена стратешког партнерства и интерсекторског повезивања у туризму. Туризам, као привредна делатност у чији развој су инволвиран бројни партнери на дестинацији, неће донети значајније бенефите локалној заједници ако се при формирању стратегије његовог развоја не врши оптимално балансирање интереса различитих стејкхолдера из јавног и приватног сектора. Стога је циљ овог предмета да будућим стручњацима из области туризма, који ће радити на одговорним местима где се креира политика развоја туризма и планирања догађаја, али и будућим научним радницима, пружи знања потребна за формирање адекватне стејкхолдерске мреже која ће обухватити стејкхолдере из разних сектора (култура, образовање, спорт, хотелијерство), који су повезани са развојем туризма на дестинацији.		
Исход предмета Стечена знања из овог предмета треба да омогуће студентима докторских студија да у практичном и теоријском раду при изради стратегија развоја туризма на одређеним дестинацијама воде рачуна о различитим интересима стејкхолдера и да оцене њихову улогу у формулисању стратегије развоја која ће бити заснована на принципима одрживог развоја туризма. Стога ће исход овог предмета бити оспособљеност за истраживања и практичан рад у области стратешког планирања развоја туризма на дестинацији укључујући и планирање догађаја и маркетиншко планирање.		
Садржај предмета Појам и значај стејкхолдера у стратегијском менаџменту. Кључни стејкхолдери на дестинацији одговорни за развој туризма. Недостаци традиционалног начина планирања развоја туризма. Лијанг модел стејкхолдерске кооперације у културном туризму. Специфичности стратегијског планирања развоја сеоског туризма. Стејкхолдерски приступ у концепцији маркетинга тоталног односа. Стејкхолдерско повезивање у планирању догађаја. Теоријска настава одвија се кроз предавања Практична настава се обавља путем израда семинарских радова из домена стратешког планирања и интерсекторског повезивања у туризму. Студенти ће истраживати неки од подсектора туризма и његову интерсекторску развијеност на примерима великих и регионалних догађаја и институција које учествују у њиховом планирању и реализацији.		
Препоручена литература 1. Payne, A, Ballantyne, D, Christofer, M.(2005): A stakeholder approach to relationship marketing strategy, European Journal of marketing, Vol. 39, No.7-8, 855-871. 2. Kovačević, M, Stamenković, I. (2019): Algoritam za upravljanje događajima, Udžbenik, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF, Novi Sad. 3. Medeiros de Araujo, L, Bramwel, B. (1999): Stakeholder assesment and collaborative tourism planning, The case of Brazil Costa Duarade project, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 7, No.3-4. 4. Munitlak Ivanović, O. 2009. Strategijski menadžment. Udžbenik.. Fakultet poslovne ekonomije, Univerzitet Educons, Sremska Kamenica, 312. 5. Stamenković, I. (2014): Multi-stejkholderski pristup efektivnosti organizacije događaja kao faktor uspešnosti destinacijskog turističkog proizvoda, Doktorska disertacija, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF, Novi Sad. 6. Хацић, О. (2006): Стејкхолдерски приступ управљању одрживим развојем културног туризма, Докторска дисертација, Природно-математички факултет у Новом Саду.		
Препоручене докторске дисертације и научни радови из ових области од стране предметних професора.		
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 50	Практична настава: 50
Методе извођења наставе		
Индивидуалне консултације, семинарски радови, презентација пројекта.		
Оцена знања (максимални број поена 100) Семинарски рад (50 поена); Усмени испит (50 поена)		