

Студијски програм: МАС Туризам		
Назив предмета: Стратегијски менаџмент туристичке дестинације		
Наставник/наставници: Оља Мунитлак Ивановић , Лукреција Ђери		
Статус предмета: изборни (Туризам)		
Број ЕСПБ: 6		
Услов: Нема		
Циљ предмета Циљ предмета је научити студенте да схвате значај и примењују одлуке проистекле из познавања метода и техника које стратегијски менаџмент као научна дисциплина има у туризму, а посебно на одређеној туристичкој дестинацији. Добро дефинисана визија, мисија и циљеви и стратегијски менаџмент као процес значајно доприносе атрактивности туристичке дестинације, динамици развоја и животног циклуса и моделима конкурентности дестинације, чиме студенти стичу способност самосталног управљања туристичком дестинацијом.		
Исход предмета Након успешног савладавања овог курса студент ће примењивати стратегијски менаџмент у процени значаја, тржишном позиционирању и интегрисању туристичке дестинације у оптималну туристичку понуду. Применом одабраног концепта и технике стратегијског менаџмента студент ће моћи проценити снажне и слабе стране туристичке дестинације а одабиром добро формулисане и имплементиране стратегије ће уклонити нежељене слабости, а кроз аналитичку и пројекциону способност и познавање стејкхолдера на туристичком тржишту, одабраном стратегијом раста тржишног учешћа ће се повећати број долазака и ноћења туриста и омогућити раст профита предузећа којим управљају.		
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Увод, појам и значај стратегијског менаџмента; Елементи процеса стратегијског менаџмента туристичке дестинације; Организациона структура туристичке дестинације, пет стубова дестинацијског менаџмента; Примена различитих концепата и техника стратегијског менаџмента и одабир оптималног модела ради процене стања и могућности развоја туристичке дестинације (портфолио концепти и матрице, Анализа јаза, Концепт „животног циклуса“); Анализа средине и усмеравање туристичке дестинације; Формулисање оптималне стратегијске опције и њена имплементација на туристичкој дестинацији; Контрола и управљање квалитетом на дестинацији; Стратегије управљања туристичком дестинацијом, сегментација туристичког тржишта, диференцирање производа, профилисање имиџа и позиционирање туристичке дестинације ; TQM, бенчмаркинг и језгро компетентности као савремени концепти подизања квалитета на туристичкој дестинацији. <i>Практична настава</i> Израда и усмена презентација семинарских радова које студенти реализују у оквиру вежби из овог предмета, усаглашавајући практични и научену област теоријске наставе.		
Литература основна: • Vukosav, S., Đeri, L.(2021): <i>Menadžment u turizmu i hotelijerstvu</i>, UNS, PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad Литература допунска: ● Мунитлак Ивановић, О., (2012) <i>Стратегијски менаџмент</i>, Факултет пословне економије, Универзитет Едуконс, Сремска Каменица		
Број часова активне наставе: 6	Теоријска настава: 3	Практична настава: 2+1+0
Методе извођења наставе Метода усменог излагања, метода анализе конкретног случаја, метода групног и самосталног рада.		
Оцена знања (максимални број поена 100)		

Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	0-5	писмени испит	10-20
активности у току вежби / практична настава	0-5	усмени испит	15-25
колоквијум-и	20-40		
семинар-и	0-5		