

Студијски програм: ОАС Туризам			
Назив предмета: Вински туризам			
Наставник/наставници: Татјана Пивац			
Статус предмета: изборни (Т, ЛТ, Х)			
Број ЕСПБ: 5			
Услов: нема			
Циљ предмета Дефинисање појма винског туризма и винских путева и упознавање са развојем виноградарства и винарства у свету и у нашој земљи.			
Исход предмета На крају курса, студент ће имати знања везана за појмове вински туризам, вински туриста, вински путеви, вински кластери. Упознаће се са карактеристикама винове лозе, класификацијом вина, рејонизацијом на винске регионе, рејоне и виногорја. Моћи ће да оцени значај и улогу винског маркетинга. Студент ће моћи да идентификује неке од најзначајнијих винарија у земљи, винске манифестације и најзначајније винске регионе у иностранству. Моћи ће критички да просуди и оцени значај винског туризма за туристичка кретања у земљи и иностранству.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Развој виноградарства и винарства у свету и у Србији, Рејонизација виноградарства, Климатски, едафски, и остали еколошки фактори од значаја за узгој винове лозе, Вино као туристички производ, Европска унија и вински туризам, Појам винског туризма и винског туристе, Понашање потрошача у винском туризму, Мотивација винског туристе, Услуге у винском туризму, Потребе за винским туризмом, Користи од винског туризма за локалну заједницу, Појам винског пута, Историјат винских путева, Маркетинг винског туризма, Вински кластери, Рурални развој и одрживост, Афирмисана виноградарска подручја-студије случаја. <i>Практична настава</i> Практична настава подразумева обилазак неких од винарија на Фрушкој гори где ће се студенти упознати са радом винарија, производњом вина, свим предностима и недостацима винског туризма и сл.			
Литература 1. Пивац, Т. 2012. Вински туризам у Војводини, монографија, ПМФ, Нови Сад, ISBN 978-86-7031-278-4 2. Maksimović, M., Pivac, T., Đorđević, J. (2021): History of wine tourism in Serbia, Turizam 25/4, 212-223, DOI: https://doi.org/10.5937/turizam25-34174 , M 51 3. Maksimović, M., Pivac, T., Ivkov-Džigurski, A., Košić, K. (2019): About Marketing Strategy for Wine Route. Case Study – Constantinople Wine Route, 4rd International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era , ISBN 978-86-80194-29-5, 685-695, DOI: https://doi.org/10.31410/tmt.2019.685 , M14			
Број часова активне наставе: 4	Теоријска настава: 2	Практична настава: 2	
Методе извођења наставе а) метода усменог излагања; б) метода визуелне презентације; ц) метода разговора; д) текстуална метода е) илустративно-демонстративне методе (Претраживање интернета и стандардне библиотечке документације, по дефинисаним темама).			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит (може бити један или наведена оба)	
активност у току предавања	5	писмени испит	/
активности у току вежби / практична настава	5	усмени испит	50
колоквијум-и	40	
семинар-и	/		