

<b>Студијски програм:</b> Основне академске студије туризам			
<b>Назив предмета:</b> Бренд менаџмент у туризму и угоститељству			
<b>Наставник/наставници:</b> <a href="#">Сања Ковачић</a>			
<b>Статус предмета:</b> изборни предмет на модулу Т, Х и Г			
<b>Број ЕСПБ:</b> 5			
<b>Услов:</b> нема			
<b>Циљ предмета</b> Предметима за циљ да студенте упозна са значењем и појмом бренда и брендирања, његовим значајем за туристичке дестинације и предузећа у туризму и угоститељству као и основним принципима развоја и управљања брендом. Циљ је и пружити студентима знања и вештине из домена тржишног позиционирања бренда, дигиталног брендирања и примене дигиталних технологија за развој бренда и „причање приче“ туристичких дестинација и предузећа у туризму и угоститељству.			
<b>Исход предмета</b> Након завршеног курса, студенти имају потребне вештине за истраживање бренда, управљање брендом у дигиталном свету, комуникацију и управљање брендом и процесом брендирања, способни су да оцене перформансе бренде и конструишу брендинг стратегије. Студенти ће знати како да развију бренд и како да њиме управљају, чему ће помоћи и анализа примера добре праксе у свету и код нас, и пројектни задаци посебно обликовани за модул туризам, хотелијерство и гастрономију.			
<b>Садржај предмета</b> <i>Теоријска настава</i> Дефинисање и разумевање бренда и брендирања; Елементи бренда; Идентификација кључних вредности бренда; Брендирање у туризму и угоститељству (брендирање туристичке дестинације и предузећа у туризму); Методе истраживања бренда; Развој брендинг стратегије за дестинације и предузећа у туризму и угоститељству; Маркетинг стратегије за изградњу и комуникацију бренда; Брендирање у дигиталном добу; Брендинг и „причање приче“; Принципи управљања брендом; Бренд перформансе и мерење успешности бренда. <i>Практична настава</i> Представљање примера добре праксе развоја и управљања брендом; Израда пројеката истраживања бренда и мерења успешности бренда; Израда пројеката развој брендинг стратегије за одабрану дестинацију, хотел, угоститељски објекат (у зависности од модула); Израда пројеката комуникације бренда прилагођена потребама модула: модул туризам - студенти ће се фокусирати на развој бренда туристичке дестинације, хотелијери ће радити на развоју бренда и брендинг стратегија за хотеле, а гастрономи за угоститељске објекате.			
<b>Основна литература</b> 1. Мандарић М. (2016). Стратегијски бренд менаџмент - Оријентација на бренд као фактор конкурентског пословања компанија. Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Универзитета у Крагујевцу. 2. Ускоковић Ј. (2019). Бренд менаџмент туристичке дестинације, Факултету за менаџмент Херцег Нови.			
<b>Додатна литература:</b> 3. Camilleri, M. A. (Ed.). (2018). The Branding of Tourist Destinations: Theoretical and Empirical Insights. 4. Dev, C. S., & Withiam, G. (2012). Branding hospitality: Challenges, opportunities and best practices. Cornell University press. 5. Kovačić, S., Milenković, N., Slivar, I., & Rancic, M. (2019). Shaping city brand strategies based on the tourists' brand perception: report on Banja Luka main target groups. International Journal of Tourism Cities, 6 (2), 371-396.			
<b>Број часова активне наставе:</b> 5		<b>Теоријска настава:</b> 2	<b>Практична настава:</b> 2+1+0
<b>Методе извођења наставе</b> Интерактивни приступ: ех катедра, дискусије, илустративно-демонстративна метода, анализа примера из праксе, рад на пројектним задацима и студијама случаја			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>		поена	<b>Завршни испит</b>
активност у току предавања		5	писмени испит
практична настава		5	усмени испит
колоквијум-и		40	45
семинар-и		5	.....