

Студијски програм: МАС Менаџмент у туризму			
Назив предмета: Развој производа и стратегије брендирања			
Наставник: Кристина Кошић , Мирослав Д. Вујичић , Сања Ковачић			
Статус предмета: изборни (Модул: Управљање културним туризмом и културним наслеђем)			
Број ЕСПБ: 6			
Услов: нема			
Циљ предмета Циљ предмета је да омогући студентима да се упознају са различитим начинима управљања туризмом у туристичким дестинацијама, процесом обликовања и развоја туристичких производа као и креирања туристичког искуства. Циљ је образовати и оспособити студенте за креирање туристичког производа, креирање искуства, ефективну комуникацију туристичких садржаја на тржишту и развој стратегије брендирања туристичких производа. Све израженија конкуренција на светском туристичком тржишту захтева добро упућен и оспособљен кадар за креирање туристичких производа, промоцију и презентацију туристичке дестинације, како би се успоставила конкурентска предност. На већем броју студија случаја биће уочени и позитивни и негативни примери развоја појединих туристичких производа како би се указало на важност доношења одлука везаних за развој туризма у дестинацији.			
Исход предмета Савладавање основних теоретских знања из домена креирања туристичког производа, управљања туристичким дестинацијама, креирања брендинг стратегија као и стицање практичних знања и вештина које ће омогућити успешно савладавање процеса развоја идеје до конкретног туристичког производа.			
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Појам туристичке дестинације и културног туристичког производа; Процес управљања туристичком дестинацијом; Конкурентност туристичке дестинације; Сарадња и партнерства субјеката у туризму; Фактори који чине културни туристички производ; Категорије културног туристичког производа; Фазе формирања културног туристичког производа; Упаривање културног туристичког производа са туристичким тржиштем; Дефинисање и разрада основних принципа система менаџмента квалитета; Сертификација система менаџмента квалитета; Методе интерне и екстерне контроле квалитета туристичког производа; Анализа задовољства потрошача квалитетом туристичког производа; Методе и технике унапређења квалитета туристичког производа; Стратегија сегментације туристичког тржишта и профилисање потрошача; Креирање туристичког искуства; Значај причања приче у културном туризму; Стратегије брендирања у културном туризму; Маркетинг културног туристичког производа. <i>Практична настава:</i> Пројектни задаци који се односе на развој конкретних туристичких производа у културном туризму и осмишљавање стратегије брендирања датих производа.			
Литература Основна литература: 1. Кошић, К. 2021. Менаџмент туристичке дестинације, скрипта. стр. 1-141. ПМФ, Нови Сад. 2. Ускоковић Л. (2019). Бренд менаџмент туристичке дестинације, Факултету за менаџмент Херцег Нови. Додатна литература: 1. ETC. 2011. Handbook on tourism product development. European travel Comission. 2. Camilleri, M. A. (Ed.). (2018). The Branding of Tourist Destinations: Theoretical and Empirical Insights. 3. 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. 4. Блешић И. (2017). Менаџмент квалитета у туризму и хотелијерству. Департман за географију, туризам и хотелијерство, Природно-математички факултет, Универзитет у Новом Саду.			
Број часова	активне наставе: 5	Теоријска настава: 3	Практична настава: 2
Методе извођења наставе Метода усменог излагања, метода разговора, текстуална метода, илустративно-демонстративна метода уз коришћење компјутера и видео пројектора.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена

активност у току предавања	0-5	писмени испит	
практична настава	0-5	усмени испт	30-45
колоквијум-и	20-40		
семинар-и	0-5		