

Студијски програм : МАС Менаџмент у туризму		
Назив предмета: Дестинацијски маркетинг и конкуритивност		
Наставник/наставници: Вања Павлуковић , Игор Стаменковић		
Статус предмета: изборни (Модул: Менаџмент догађаја у туризму)		
Број ЕСПБ: 6		
Услов: нема		
Циљ предмета Стицање теоријских и практичних знања за успешно бављење пословима у области дестинацијског маркетинга и догађаја у циљу побољшања конкурентске позиције дестинације на туристичком тржишту.		
Исход предмета По завршетку овог курса студент ће бити способан да примени и осмисли стратегије за позиционирање и брендирање дестинације, те креира иновативне маркетиншке кампање за специфичне туристичке сегменте – посетиоце различитих типова догађаја. Такође, студент ће бити у стању да примени различите приступе и моделе за евалуацију конкурентности туристичке дестинације, да оцени утицај догађаја на локалну економију, културу, туристички промет и имиџ дестинације, те даље да предлог мера за унапређење дестинацијског маркетинга.		
Садржај предмета <i>Теоријска настава</i> Стратегије и алати дестинацијског маркетинга. Приступ и модели у евалуацији конкурентности туристичке дестинације. Улога догађаја у развоју туристичких дестинација и унапређењу њихове конкурентности – примери добре праксе. Storytelling и experience маркетинг у туризму. Дигитални маркетинг и догађаји. Економски, друштвени, културни и други утицаји и ефекти догађаја на дестинацију. Одрживи развој и еколошки аспекти у организовању догађаја. Савремени изазови и трендови у дестинацијском маркетингу и догађајима. <i>Практична настава</i> Припрема и презентација пројеката – Анализа примера добре праксе – успешних стратегија дестинацијског маркетинга, успешних догађаја који су допринели развоју дестинације; Креирање маркетиншког плана за промоцију дестинације путем догађаја		
Литература 1. Павлуковић, В. (2019). Пословни догађаји и туризам, ПМФ, Нови Сад. 2. European Travel Commission and World Tourism Organization (2014), <i>Handbook on E-marketing for Tourism Destination – Fully revised and extended version 3.0</i>, UNWTO, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284415755 3. Rogers, T., & Davidson, R. (2016). <i>Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events</i>. Routledge. 4. Вања Павлуковић, Данијел Павловић, Алекса Панић, Немања Станишић, Татјана Пивац, Тијана Радојевић, Сања Ковачић, Светлана Вукосав, Угљеша Станков, Милана Пантелић, Мирослав Кнежевић, Марија Цимбаљевић, Александра Вујко, Тамара Јовановић (2024). Конкурентност туристичке дестинације – модел евалуације за Србију, ПМФ, Нови Сад. 5. Vujičić, M., Stamenković, I., Stankov, U., Kovačić, S., Vasiljević, Đ. & Popov Locke, J. (2020): <i>What will prevail within city break travel, motivation or demotivation? Case study of Novi Sad, Vojvodina, Serbia</i>, International Scientific Journal Geographica Pannonica, Vol. 24, Issue 1. 6. Đurić, L., Kennell, J., Vujičić, M., Stamenković, I., Farkić, J. (2022): <i>Protest events as institutions: Stakeholder perceptions of the changing role of serbia's EXIT festival</i>. International Journal of Event and Festival Management, Vol.14, No. 2		
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	поена
активност у току предавања	0-5	писмени испит	
практична настава	0-5	усмени испт	30-45
Пројектни задатак	20-45		
семинар-и			
Начин провере знања могу бити различити наведено у табели су само неке опције: (писмени испити, усмени испт, презентација пројекта, семинари итд.....			
*максимална дужна 2 странице А4 формата			