

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Brendiranje i menadžment turističkih destinacija

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

3. Ciklus studija:

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta:

☒ Obavezni ☐ Izborni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

nema

7. Ograničenja pristupa:

nema

8. Trajanje / semestar:

1

5

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

2

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

10. Fakultet:

Ekonomski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Menadžment u turizmu

12. Odgovorni nastavnik:

Dr.sc. Ermina Smajlović, vanr. prof.

13. E-mail nastavnika:

ermina.mustafic@untz.ba

14. Web stranica:

www.ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Upoznati studente sa osnovama brendiranja turističkih destinacija.

16. Ishodi učenja:

Studenti koji uspješno savladaju sadržaj nastavnog predmeta će biti u mogućnosti da:

- razumiju značaj brendiranja turističkih destinacija,
- razumiju vezu između savrenog potrošača i brenda destinacija
- samostalno razvijaju plan brendiranja destinacija

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

Pojam brenda i brend menadžmenta
Potrošači kao osnova kariranja vrijednosti brendom destinacije
Brendiranje nacije
Brendiranje destinacije
Identitet brenda destinacije
Kreiranje i implementiranje strategija upravljanja brenda destinacije
Uloga interneta u brendiranju destinacija

18. Metode učenja:

Predavanja, vježbe (A), individualni radovi i konsultacije.

Predavanja se organizuju po strukturi kao ex katedra (75%) i diskusije (25%). Predavanja se izvode po nastavnom programu opisanom u sadržaju kursa. Obaveza studenata je prisustvo predavanjima.

Vježbe se održavaju u grupama. Obaveza studenata je prisustvo vježbama.

Dozvoljena su tri izostanaka sa predavanja i vježbi, ukupno.

Konsultacije su organizovane u skladu sa važećim aktima Univerziteta u Tuzli.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Pismeno ispitivanje

Usmeno ispitivanje

Individualni rad studenta pod nadzorom nastavnika (seminarski radovi, domaće zadaće, analize studija slučaja, aktivnost na predavanjima i vježbama)

20. Težinski faktor provjere:

Obaveze studenata	Bodovi
Dva testa	(25+25=50)
Individualni rad studenta	20
Ukupno predispitne obaveze	70
Završni test	30

21. Osnovna literatura:

Križman Pavlović, Danijela (2008) Marketing turističke destinacije. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za ekonomiju i turizam "Dr. Mijo Mirković", Mikrorad, Pula

Bakić, Ognjen (2002) Marketing menadžment turističke destinacije, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

Veljković, Saša (2010) Brend menadžment u savremenim tržišnim uslovima, Ekonomski fakultet Univerziteta u Beogradu

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2019/20

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV: