

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

Strateški menadžment u turizmu

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:

3. Ciklus studija:

3

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta:

☒ Obavezni ☐ Izborni

6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:

Da je student upisan u semestar akademske godine u kojoj se sluša nastavni predmet.

7. Ograničenja pristupa:

Nema

8. Trajanje / semestar:

1

1

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. Sabina Đonlagić Alibegović, vanr. profesor

13. E-mail nastavnika:

sabina.djonlagic@unitz.ba;sabina.djonlagic@

14. Web stranica:

www.ef.unitz.ba;www.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Cilj nastavnog predmeta je studente upoznati sa disciplinom strateškog menadžmenta, karakteristikama savremenog poslovnog okruženja, procesom strateškog menadžmenta kroz njegove faze, načine oblikovanja, analize i implementacije strategije, a posebno studentima objasniti integrirani pristup strateškog menadžmenta u turizmu na svim nivoima upravljanja.

16. Ishodi učenja:

Po uspješnom savladavanju predmeta studenti će biti sposobni razumjeti predmet i problematiku discipline strateški menadžment, primjene tehnike i alate za analizu internog i eksternog okruženja, razumiju različite vrste strategija i način oblikovanja strategije, implementaciju strategije i faktore koji utiču na uspješno implementiranje strategije, te stratešku kontrolu i njenu svrhu, uz razumijevanje neophodnosti izgradnje održivih konkurentskih prednosti u sektoru turizma i na nivou turističkog preduzeća

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- 1.Uvod u strateški menadžment:pojam strateškog menadžmenta
2. Konkurentska prednost i izvori konkurentskih prednosti
3. Stakeholderi, analiza stakeholdera
4. Stakeholderi u turizmu, Razumijevanje obaveza statekohldera u turizmu (čl 6 GCET etičkog kodeksa)
- 5.Strateški menadžment kao process; Faze procesa strateškog menadžmenta
6. Strategija i vrste strategija , strategije u turističkim preduzećima
7. Specifičnosti strateškog menadžmenta u turizmu

18. Metode učenja:

- Predavanja i vježbe
- Individualni i grupni rad
- Studije slučaja

Konsultacije se organizuju u skladu sa važećim pravnim aktima. Studenti koriste konsultacije sa ciljem dodatnog pojašnjavanja nastavnog sadržaja.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

Tokom semestra studenti prikupljaju bodove za predispitne obaveze, te bodove za ispitne obaveze u reguliranim ispitnim terminima. Student maksimalno može prikupiti 100 bodova. Minimalno 50 bodova student može prikupiti na predispitnim obavezama, dok presotale bodove može ostvariti tokom ispita. Završni ispit se obavlja pismeno ili usmeno. Na završnom ispitu student u skladu sa aktima može ponovno polagati i nepoloženi dio ispita. U toku semestra studenti prikupljaju bodove za samostalan i/ili grupni rad, te najmanje jednu provjeru znanja, do namjanje 50 bodova.

20. Težinski faktor provjere:

Pregled broja bodova po provjerama znanja:

I Predispitne obaveze min.50 bodova

II Završni ispit max.50 bodova

21. Osnovna literatura:

- 1.Đonlagić Alibeogivć S., Delić A., Uvod u strateški menadžment, Off-set Tuzla,2018
2. Belak V., Kulović DŽ., mekić E, Balanced Scorecard s primjerima u Excelu, Perfecta,2022
- 3.Thompson A.A., Strickland A.J., Gamble J.E., (2006), Strateški menadžment: u potrazi za konkurentskom prednošću, MATE, Zagreb
- 4.Mountinho L., (2005)Strateški menadžment u turizmu, Masmedia, Zagreb

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

2022/23

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

13.07.2022.