**Табела 5.1** Спецификација предмета на студијском програму докторских студија

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назив предмета:** Стратегијски менаџмент у туризму и хотелијерству | | |
| **Наставник или наставници:**[др Оља Мунитлак Ивановић](../../Standard%209/Tabela%209.6%20Kompetentnost%20nastavnika%20DNT/Olja%20Munitlak%20Ivanovic%20SRB.docx), [др Светлана Вукосав](../../Standard%209/Tabela%209.6%20Kompetentnost%20nastavnika%20DNT/Svetlana%20Vukosav%20SRB.doc) | | |
| **Статус предмета:**изборни | | |
| **Број ЕСПБ:**15 | | |
| **Услов:**- | | |
| **Циљ предмета**  Циљ предмета је да студенти овладају савременималатима и концептима стратегијског менаџмента, које ће им омогућити остваривање оптималног финансијског резултата у пословањутуристичких и хотелских предузећа,остваривању конкурентске предности на тржишту као и стратегијском позиционирању туристичких дестинација. Такође, биће оспособљени и за сaмостални научно-истраживачки рад, те да остваре добре пословне позиције на тржишту туризма и хотелијерства, дестинацијским менаџмент компанијама, као и да стечена знања примене и у изради стратешких документа из ове области, а у чију сврху ће им бити неопходна знања самосталног научно-истраживачког рада из ове области. | | |
| **Исход предмета**  Студенти ће бити оспособљени за самостални научно-истраживачки рад из ове области, за примену знања у статегијском управљању у предузећима туристичке и хотелијерске делатности, стратегијском управљању туристичком дестинацијом, те изради стратешких докумената везаних за развој туризма. У том смислу студенти ће бити у стању да уочавају савремене трендове у развоју међународног туризма и угоститељства, активно прате и прилагођавају се променама на терцијарном тржишту туризма и угоститељства; прате трендове у развоју стратегијског менаџмента (нове технике у реализацији процеса стратегијског менаџмента); израђују стратешке планове; развијају стратешки начин размишљања и правилно тумаче дешавања на тржишту услуга. | | |
| **Садржај предмета**  *Теоријска настава:*. Дефинисање концепата и техника стратегијског менаџмента у туризму и хотелијерству (портфолио матрице, анализа јаза, концепт животног циклуса и др). Први корак у процесу стратегијског менаџмента – анализа окружења у коме предузећа и туристичке дестинације послују или егзистирају (ПЕСТ анализа, структурно окружење, анализа стратешких група, анализа конкурената, анализа способности, анализа интрених и екстерних стрејхолдера предузећа, стратегијско планирање развоја туристичке дестинације, анализа промена на страни туристиче понуде и тражње). Други корак се састоји од усмеравања туристичког-угоститељског предузећа и туристичке дестинације кроз дефинисање, визије мисије и циљева, са посебним освртом на усмереност хотелског предузећа ка стратегијском развојуцелокупне туристичке дестинације.Трећи корак дефинише стратегије које ће предузеће и туристичка дестинација применити у пословању, односно развоју, одабир адеквантног стратегијског инструмента и технике, те коначно формулисање таквог стратегијског микса којим ће се ускадити и остварити заједнички циљеви развојахотелских предузећа и туристичке дестинације у целини. Кључни наредни кораци су имплементације формулисане стратегије и њена континуирана и правовремена контрола. Примена савремених концепата стратегијског менаџмента у туризму и хотелијерству кроз серије међународних стандарда, управљање тоталним квалитетом, бенчмаркнг, организација која учи и језгро компетентности организације.  *Практична настава:* Рад са подацима који су прикупљени на терену односно у пракси, и њихово практично повезивање и обликовање кроз израду стратегијскогплана хотелских и туристичких предузећа и стратегијског плана развоја туристичке дестинације. Задаци и проблеми и њихово решавање у студијама случаја. Резултати практичне наставе ће се обавезно представити у форми пројектног рада. | | |
| **Препоручена литература**  MunitlakIvanović, O. (2009): Strategijskimenadžment, EduconsUniverzitet, SremskaKamenica.  Вукосав, С, (2016):Стратегијски менаџмент угоститељско-туристичких предузећа, уџбеник, ПМФ, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад  Moutinho, L. ed. (2018): Strategic Management in Tourism, 3rd edition, CABI tourism texts  Čerović, S. (2020): Strategijskimenadžmentuturizmu, UniverzitetSingidunum, Beograd.  Evans, N., Campbell, D.,& Stonehouse., G. (2003): Strategic Management for Travel and Tourism, CABI tourism texts  Од стране ментора препоручене докторске дисертације, магистарске тезеи мастер радови из области стратегијског менаџмента у туризму и хотелијерству.  Релевантни интернет сајтови и научни радови са савременим проблемима везаним за менаџмент, туризам и угоститељство. | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: | Практична настава:\* |
| **Методе извођења наставе**  Предавања, индивидуалне консултације, израда пројектног рада. | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)**  Пројектни рад 50 поена  Усмени испит 50 поена | | |
| \*израда семинарског рада је обавезна | | |