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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назив предмета:** Савремени трендови у туризму | | |
| **Наставник или наставници:**[др Снежана Бесермењи](../../Standard%209/Tabela%209.6%20Kompetentnost%20nastavnika%20DNT/Snezana%20Besermenji%20SRB.docx), [др Зоран Ристић](../../Standard%209/Tabela%209.6%20Kompetentnost%20nastavnika%20DNT/Zoran%20Ristic%20SRB.docx), [др Татјана Пивац](../../Standard%209/Tabela%209.6%20Kompetentnost%20nastavnika%20DNT/Tatjana%20Pivac%20SRB.docx) | | |
| **Статус предмета:**изборни | | |
| **Број ЕСПБ:**15 | | |
| **Услов:**- | | |
| **Циљ предмета**  Циљ предмета је да се студенти упознају са мегатрендовима развоја глобалног друштва, који утичу на развој туризма, односно да се туризам сагледа и објасни контекстуално, посебно у оквиру процеса глобализације и развоја савремених комуникационих и транспортних технологија. Такође се идентификују специфичности које се односе на савремене трендове у туризму, а које су инхерентне самом феномену, као и дугорочне позитивне и негативне ефекте туризма у социо-економској и енвиронменталној сфери. Циљ предмета је и да студенте упути у савремене начине прикупљања, анализе и коришћења података информицаоно- комуникационих технологија, као окоснице развоја савременог туризма. | | |
| **Исход предмета**  Исход предмета је оспособљавање студената за сагледавање узрочно-последичних веза између глобалних појава и туризма, односа између глобалног и локалног (глокализација), као иповратног утицаја међународног туризма на емитивана и рецептивна друштва (акултурација). На основу стечених знање студенти ће бити обучени за «глобално размишљање и локално деловање», односно биће у стању да се успешно сналазе на глобалном, интеркултурном туристичком тржишту и интеркултурном да на адекватан начин обликују и прилагоде производ одређене дестинације (национални, регионални, локални просторни обухват), односно да брзо препознају антиципирају и креирају нове трендове. Студенти ће бити оспособљени да самостално прикупљају и анализирају информације применом Интернет сервиса и система пословне интелигенције. | | |
| **Садржај предмета**  Глобализација, туризам и компаративне предности конкурентских земаља. Територијална економска интеграција и глобализација. Глобализација, национална туристичка политика и међународне организације. Глобализација туристичке тражње, глобалних дистрибуционих система и маркетинга. Образовање за потребе туризма и глобална економија. Глобализације, сигурност и националне безбедности. Глобализација и менаџмент тоталног квалитета услуга на туристичким дестинацијама. Енвиронментална политика, одрживи развој и глобални туризам. Утицај глобалних комуникационих и транспортних система на развој туризма. Кретање туриста кроз простор и време. Туризам као веза између глобалног и локалног (глокализација). Акултурација као последица глобалног туризма. Локалне последице глобалног туризма. Укључивање локалног становништва у процесу одлуучивања. Демографске промене (старење становништва развијених земаља, нестајање традиционалне породице. Пораст тржишних сегмената квалитетног и креативног туризма базираног на доживљајима. Културна диверсификација насупрот хомогенизација под утицајем глобализације. Настављање раста транснационалних компанија и глобалних брендова на рачун малих независних предузећа. Ширење и примена нових информационих технологија. Продубљивање јаза север-југ. Промена система вредности и животних стилова. Друштво базирано на знању. Тежња за стабилношћу и сигурношћу (борба против пандемија, глобалног тероризма, организованог криминала и томе слично). Политичке промене (ширење демократије, рушење препрека за међународна путовања, дерегулацијс у области транспорта, приватизација). Пораст социо-културне и националне свести. Померање од економије „услуга“ на економију „доживљаја“. Савремени трендови у различитим облицима туризма: етногастрономском, руралном, ловном, алтернативним и друго. Специфични сервиси интернета и пословни системи у туристичком пословању. Технике data warehousing-a и data mining-a. Анализа информација у системима пословне интелигенције. | | |
| **Препоручена литература**   1. Pearce, D., Butler, R., (2008). *Contemorary isues in tourism development,* Routledge, London. 2. Shaw, G., Williams, A., *Planningfor the future of tourism,* Geographical Journal, vol 164, issue 1, Royal Geographical Society, 1998. 3. Terlow, P., *Tourism in the twenty- first century,* The Futurist, vol. 36, issue 5, World Future Society, 2002. 4. Чомић, Ђ., *Туризам и глобализација*, ВХШ, Београд, 2009. 5. Бакић, О., ур. *Мегатрендови у савременом туризму*, Едуконс, Сремска Каменица,2009. 6. Hall, M, *Tourism- Rethinking the Social Science of Mobility*, Pearcon Education Limitied, Harlow, England, 2005. 7. Cooper, C., Hall, M., *Contemporary Tourism*, Elsevier Linacre House, Oxford, UK, 2008. 8. Wabah, S., Cooper, C., *Tourism in the Age of Globalization*, Routledge, London, 2001. 9. Драгин, А., *Међународна крстарења Коридором 7 и наутички туризам Србије*. Докторска дисертација. Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад 2008. 10. Пивац, Т. *Вински туризам у Војводини*, монографија, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад 2012. 11. Ристић А. З.: Перната дивљач као део ловно-туристичке понуде Војводине, докторска дисертација, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Нови Сад 2004. 12. Vercellis, C. (2009). *Business intelligence: data mining and optimization for decision making*. John Wiley & Sons Padstow,Cornwall. 13. Raisinghani, M. (2003). *Business Intelligence in the Digital Economy*: Opportunities, Limitations and Risks. Hershey. | | |
| Број часова активне наставе | Теоријска настава: 50 | Практична настава: 50 |
| **Методе извођења наставе**  Индивидуалне консултације, семинарски радови, презентација пројекта. | | |
| **Оцена знања (максимални број поена 100)**  Семинарски рад 50 поена  Усмени испит 50 поена | | |