

MASTER STUDIJE Internacionalni menadžment u turizmu I hotelijerstvu							
PRVA GODINA							
Šifra predmeta	Naziv predmeta	Staus predmeta (0-obavezan I -izborni)	Semestar	Broj časova			ECTS
				P	V	PRAKSA	
MTSM101	Metodologija naučnoistraživačkog rada	0	I	3	2	25%	7
MTSM102	Ljudski resursi I organizaciono ponašanje u turizmu I hotelijerstvu	0	I	3	3	25%	8
MTSM103	Međunarodna turistička tržišta	0	I	3	3	25%	8
MTSM104	Digitalni marketing u turizmu I hotelijerstvu	0	I	3	2	25%	7
MTSM205	Međunarodno pravo I politika u turizmu	0	II	3	3	25%	8
MTSM206	Međunarodna hotelska industrija	0	II	3	3	25%	8
MTSM207	Cjenovna politika I upravljanje troškovima u turizmu	0	II	3	2	25%	7
MTSM208	Business communication	0	II	3	2	25%	7
UKUPNO				24	20	25%	60

DRUGA GODINA							
Šifra predmeta	Naziv predmeta	Staus predmeta (0-obavezan I -izborni)	Semestar	Broj časova			ECTS
				P	V	PRAKSA	
MTSM309	Održivo poslovanje u turizmu I hotelijerstvu	0	III	3	3	25%	8
MTSM3010	Menadžment inovacija u turizmu	0	III	3	3	25%	8
	Modul	I	III	6	4	25%	14
	Master rad	0	IV			25%	30
UKUPNO				12	10	25%	60
MODUL 1 - MARKETING MENADŽMENT U TURIZMU I HOTELIJERSTVU							
Šifra predmeta	Naziv predmeta	Staus predmeta (0-obavezan I -izborni)	Semestar	Broj časova			ECTS
				P	V	PRAKSA	

MTSM3011	Ponašanje potrošača	0	III	3	2	25%	7
MTSM3012	Dizajniranje usluga u turizmu I hotelijerstvu	0	III	3	2	25%	7
UKUPNO				6	4	25%	14
MODUL 2 - MENADŽMENT INVESTICIJA U TURIZMU							
Šifra predmeta	Naziv predmeta	Staus predmeta (0-obavezan I -izborni)	Semestar	Broj časova			ECTS
				P	V	PRAKSA	
MTSM3013	Investicije u turizmu	0	III	3	2	25%	7
MTSM3014	Finansijskimenadžment u turizmu I hotelijerstvu	0	III	3	2	25%	7
UKUPNO				6	4	25%	14

MASTER STUDIJE

I godina

METODOLOGIJA NAUČNOISTRAŽIVAČKOG RADA				
OPŠTE INFORMACIJE				
Šifra predmeta:		Profesor:	Prof. dr Darko Lacmanović	
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:		
Godina:	1.	Konsultacije:	Shodno objavljenom rasporedu	
Semestar:	I (zimski)	Studijski program:	Akademske master studije: Internacionalni menadžment u turizmu i hotelijerstvu; modul 1: Marketing menadžment u turizmu i hotelijerstvu; modul 2: Menadžment investicija u turizmu	
ECTS/CSPK:	7			
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktični rad
3		2		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	45:00 h	Nastava i završni ispit:	140:00 h
Vježbe	2:00 h	30:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	18:40 h
Praktičan rad	25%	0h		
Samostalan rad i	4:20 h	65:00 h	Priprema i polaganje ispita u	51:20 h

konsultacije			popravnom ispitnom roku	
Ukupno:	9:20 h	140:00 h	Ukupno:	210:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta				
Ciljevi izučavanja predmeta: Osposobljavanje studenata da razumiju pojam, ulogu i značaj metodologije naučnoistraživačkog rada i uspješno primjene metodologiju istraživanja u oblikovanju naučnih, naučno-stručnih i stručnih djela u oblasti turizma.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, izrada seminarskih radova, praktični rad, kolokvijumi i završni ispit. Konsultacije.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Uvod u metodologiju naučno-istraživačkog rada. Praktičan rad: Priprema istraživanja na zadatu temu i formiranje istraživačkih timova.			
II nedjelja	Osnovne metode saznanja. Kreativna radionica - debata.			
III nedjelja	Posebne metode saznanja. Kreativna radionica-debata. Praktičan rad: Izrada upitnika i plana realizacija istraživanja.			
IV nedjelja	Oblik i proces naučnog saznanja. Kreativna radionica-debata.			
V nedjelja	Uvod u izradu naučnog djela. Kreativna radionica-debata.			
VI nedjelja	Izbor teme. Kreativna radionica-debata.			
VII nedjelja	Slobodna nedjelja			
VIII nedjelja	Plan naučnog istraživanja. Kreativna radionica-debata. Praktičan rad: Realizacija istraživanja.			
IX nedjelja	Klasifikacija naučnih i stručnih publikacija. Praktičan rad: Realizacija istraživanja			
X nedjelja	Pretraživanje baza podataka i ostalih online izvora. Praktičan rad: Realizacija istraživanja			
XI nedjelja	Pojam i vrste naučnih i stručnih djela. Praktičan rad: Realizacija istraživanja			
XII nedjeljak	Etape u izradi naučnog rada. Prikupljanje naučnih publikacija. Praktičan rad: Realizacija istraživanja.			
XIII nedjelja	Etape u izradi naučnog rada. Proučavanje naučnih publikacija Praktičan rad: Realizacija istraživanja.			
XIV nedjelja	Etape u izradi naučnog rada. Pisana obrada naučnog istraživanja. Praktičan rad: Realizacija istraživanja.			
XV nedjelja	Bitne karakteristike naučnog i stručnog djela. Praktičan rad: Prezentacija seminarskih radova sa rezultatima istraživanja.			
Završna nedjelja	Završni ispit			
OBAVEZE STUDENATA				
Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti učestvuju u debati obavljaju praktični rad, rade kolokvijume i završni ispit.				

Praktičan rad: 25 % časova vježbi će se organizovati kao praktičan rad kroz istraživanje zadatog problema u turizmu.

ISHODI UČENJA

Po završetku kursa **Metodologije naučnoistraživačkog rada** student će moći:

- Razumjeti pojam, značaj i ulogu nauke i naučnoistraživačkog rada u kontekstu turizma;
- Prepoznati naučne metode u istraživanju;
- Klasifikovati naučna, naučno-stručna i stručna djela;
- Primijeniti tehnike u izradi naučnih i stručnih djela;
- Osmisliti, organizovati i realizovati naučno i stručno istraživanje u izradi naučnih, naučno-stručnih i stručnih djela u oblasti turizma.

LITERATURA

1. Ivanović, Z. (2011). *Metodologija znanstvenog istraživanja*. Kastav, Rijeka: SAIVA. ISBN 978-953-56413-0-8
2. Zelenika, R. (2011). *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela* (5. izdanje). Rijeka: Ekonomski fakultet, Sveučilišta u Rijeci. ISBN 978-953-6148-98-1
3. Kothari, C.R., Garg, G. (2019). *Research methodology methods and techniques* (4th ed.). New Delhi: New Age Press. ISBN 9789386649225
4. Creswell, J.W., Creswell, J.D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). London: SAGE. ISBN 978-1-5063-8670-6
5. Leedy, P.D., Ormrod, J.E. (2015). *Practical Research: Planning and Design* (11th ed.). London: Pearson Education. ISBN 978-1-29-209587-5
6. Kumar, R. (2014). *Research methodology, a step-by-step guide for beginners* (4rd ed.). London: SAGE. ISBN 978-1446269978
7. Šušnjić, Đ. (2007). *Metodologija*. Beograd: Čigoja. ISBN 978-86-7558-511-4
8. Blaug, M. (2017). *Metodologija ekonomije*. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta univerziteta u Beogradu. ISBN 978-86-403-1514-2
9. Ivanović, S. (1996). *Metodologija izrade znanstvenog i stručnog djela*. Opatija: Sveučilište u Rijeci, Hotelijerski fakultet.

OBlici PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

-prisustvo predavanjima 0 do 100 % = 0 do 3 poena
-istraživački rad/individualna praktična obuka 0 do 1 uradjen= 0 do 7 poena (2T+5P)
-Kolokvijum I = 11 do 20 poena (15T+5P)
-Kolokvijum II = 11 do 20 poena (15T+5P)
-Završni ispit = 0 do 50 poena (40T+10P)
Prelazna ocjena (E) se dobija ako se kumulativno sakupi najmanje 51 poena.

Posebna naznaka za predmet:T-teoretski rad P-praktičan rad

Nastavnik koji je pripremio podatke:

Prof.dr Darko Lacmanović

LJUDSKI RESURSI I ORGANIZACIONO PONASANJE U TURIZMU I HOTELIJERSTVU

OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM102	Profesor:	Prof. dr Sanja Vlahović
Status predmeta:	Obavezan	Saradnik:	
Godina:	1.	Konsultacije:	Po utvrđenom rasporedu konsultacija
Semestar:	I (zimski)	Studijski program:	Akademske studije: Master Menadžment u turizmu i hotelijerstvu
ECTS/CSPK:	8		

RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktičan rad
48 (3 nedjeljno)		48 (3 nedjeljno)		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3	48	Broj sati za nastavu i završni ispit:	128:00
Vježbe	3	48	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	16:00
Praktičan rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	2:00	32:00	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	36:00
Ukupno:	8	128	Ukupno:	180:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Cilj predmeta je upoznavanje sa funkcijama menadžmenta ljudskih resursa u savremenim turističkim organizacijama i osposobljavanje studenata za lakšu socijalizaciju u organizacijama. Ovaj predmet obrađuje važne elemente menadžmenta – kadrove – kao pokretače razvoja kompanija, nositelje promjena, inovatore, animatore kulturnog ophođenja, kreativne participante menadžmenta.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, seminarski radovi, kolokvijumi i završni ispit. Konsultacije.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Uvod u predmet			
II nedjelja	Istorijat razvoja menadžmenta ljudskih resursa			
III nedjelja	Mjesto i uloga čovjeka u modernim organizacijama			
IV nedjelja	Teorijske koncepcije ljudskih resursa			
V nedjelja	Procesi stvaranja i korišćenja ljudskih resursa – vizija, strategija i politika			
VI nedjelja	Sistem planiranja razvoja ljudskih resursa			
VII nedjelja	SLOBODNA SEMICA			
VIII nedjelja	Pribavljanje, odabir, motivacija, vrjednovanje			
IX nedjelja	Preduzetnički aspekt menadžmenta ljudskih resursa			
X nedjelja	Upravljanje promjenama i kadrovi			
XI nedjelja	Poslovna kultura i ljudski resursi			
XII nedjelja	Uloga liderstva u menadžmentu ljudskim resursima			
XIII nedjelja	Organizacijska kultura i kadrovi			
XIV nedjelja	Kultura i poslovni običaji nekih zemalja			
XV nedjelja	Studije slučaja			

Završna nedjelja	Završni ispit					
OBAVEZE STUDENATA						
Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti rade seminarske radove, kolokvijume i završni ispit.						
ISHODI UČENJA						
Nakon uspješnog završenog kursa studenti će:						
– Savladati pojam i koncept upravljanja ljudskim resursima – Samostalno objasniti kompletan proces ULJR – Savladati specifičnosti procesas ULJR u turizmu – Se upoznati sa funkcijama kadrovskog menadžmenta u savremenim turističkim organizacijama – Biti osposobljeni za lakšu socijalizaciju u organizacijama – Biti osposobljeni za selekciju kadrova u turizmu i hotelijerstvu, računanje radnog učinka, kreiranje programa obuke i usavršavanje zaposljenih u turizmu i hotelijerstvu.						
Sadržaj predmeta povezan je sa materijom iz pojedinih naučnih disciplina kao što su:opšti menadžment, liderstvo, menadžment usluga i kvaliteta, preduzetništvo. Predavanje će biti prilagođeno polaznicima kursa kako bi se lakše shvatila predmetna materija i tako stečena znanja našla primjenu u praksi.						
LITERATURA						
1. Dessler G. (2012): <i>Upravljanje ljudskim potencijalima</i>, Mate, Zagreb, ISBN: 978-953-246-150-3 2. Burke R.(2018): <i>Handbook of Human Resource Management in the Tourism and Hospitality Industries</i>, Edward Elgar Publication, ISBN: 978 1 78643 136 3 3. Riley, M. (2014): <i>Human resource management in the hospitality and tourism industry</i>,Routledge, ISBN-13: 978-0750627290 4. Hayes, D. K., Ninemeier, J. D. (2015): <i>Human resources management in the hospitality industry 2nd Ed.</i>, John Wiley & Sons, ISBN-13: 978-1118988503						
- Nastavni materijali dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje (http://e-fit.unimediteran.net)						
OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE						
Poeni koje studenti dobijaju za uspešno ispunjene obaveze:						
– Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena – Individualna praktična obuka do 5 poena – Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P) – Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P) – Završni ispit, do 50 poena						
Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena.						
Ocjena	A		B		C	D
E						
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60	
Posebna naznaka za predmet:						
Nastavnik koji je pripremio podatke:			Prof. dr Sanja Vlahović			

MEĐUNARODNA TURISTIČKA TRŽIŠTA

OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM103	Profesor:	Prof. dr Silvana Đurašević
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	-
Godina:	1.	Konsultacije:	Po dogovoru
Semestar:	I (zimski)	Studijski program:	Akademske studije: Master Internacionalni menadžment u turizmu i hotelijerstvu
ECTS/CSPK:	8		

RASPORED SATI

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad-istraživanja
48 (3 nedjeljno)	48 (3 nedjeljno)	25%

OPTEREĆENJE STUDENATA

	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	48:00 h	Nastava i završni ispit:	170:40 h
Vježbe	3:00 h	48:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	21:20 h
Praktičan rad-istraživanja	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	6:20 h	101:20 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	48:00 h
Ukupno:	10:40 h	197:40 h	Ukupno:	240:00 h

OPIS PREDMETA

Uslovljenost drugim predmetima:

Nema

Ciljevi izučavanja predmeta:

Cilj predmeta jeste upoznavanje kandidata sa globalnim kretanjima na veoma kompleksnom i dinamišnom međunarodnom turističkom tržištu. U okviru predmeta kandidati će se upoznati i istraživati fenomene turizma i putovanja, kao i njihove ključne komponente, njihove marketinške i promocione trendove, kao i trendove turističke politike i planiranja. Spoznaće moguće ekonomske i neekonomske uticaje na turistička kretanja. I faktore koji ih uslovljavau i koji u krajnjem utiču na pozicioniranje i konkurentnost jedne zemlje i regiona svijeta kao turističke destinacije.

Metod nastave i savladanja gradiva:

Predavanja, vježbe, rasprave, debate, završni ispit. konsultacije.

SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)

Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra
I nedjelja	Karakteristike savremenog turizma
II nedjelja	Definicija, obim, dinamika i struktura savremenog turističkog tržišta
III nedjelja	Efekti procesa globalizacije u međunarodnom turizmu
IV nedjelja	Tendencije razvoja turističke tražnje i turističke ponude
V nedjelja	Redizajniranje turističke ponude
VI nedjelja	Procesi horizontalne i vertikalne koncentracijae na Evropskom turističkom tržištu
VII nedjelja	Slobodna nedelja
VIII nedjelja	Uticao razvoj avio saobraćaja na turistička kretanja
IX nedjelja	Implikacije primjene informacionih tehnologija na razvoj međunarodnih turističkih tržišta
X nedjelja	Uticao ekonomskih i vanekonomskih faktora na turistička kretanja
XI nedjelja	Profil glavnih emitivnih tržišta Evrope
XII nedjelja	Glavne turističke regije svijeta
XIII nedjelja	Ocjena tržišnih šansi u perspektivnom razvoju turizma Crne Gore
XIV nedjelja	Međunarodna turistička tržišta u novom milenijumu
XV nedjelja	„In -house“ predavanje
Završna nedjelja	Završni ispit
OBAVEZE STUDENATA Studenti su obavezni da pohađaju nastavu. Studenti rade završni ispit.	
ISHODI UČENJA Po završetku predmeta Međunarodna turistička tržišta , student će: • Kritički analizirati značaj i ulogu međunarodnih turističkih tržišta • Tumačiti efekte procesa globalizacije u međunarodnom turizmu; • Prepoznati savremene tendencije turističke tražnje I turističke ponude • Shvatiti integracione procese u turističkoj industriji I njihov značaj za bolje pozicioniranje na turističkom tržištu • Spoznati tržišne šanse Crne Gore na rastućim međunarodnim tržištima • Kritički procjenjivati stanje na turističkom tržištu I primjenjivati marketinške alate u cilju postizanja bolje pozicije destinacije na određenom turističkom tržištu.	

LITERATURA

1. Boniface, B., Cooper, C. (2009). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*. Fifth Ed. London: Elsevier. ISBN 9780750689472
2. Buhalis, D. (2003). *e-Tourism: information technology for strategic tourism management*, London; Pearson (Financial Times/Prentice Hall). ISBN 0582357403.
3. Cohen, E. (2012). *Globalization, Global Crises and Tourism*. Tourism Recreation Research 37 (2), 103-111.
4. Đurašević, S. (2008). *Turistička putovanja- savremeni koncepti prodaje*, Podgorica: CID. ISBN 978-86-495-0374-8
5. Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2013). 5th Ed. *Tourism: Principles and Practice*, Pearson, Harlow, England. ISBN 978-0273758273
6. Unković, S., Zečević, B. (2014). *Ekonomika turizma*, Beograd: CID Ekonomski fakultet. ISBN 978-86-403-1162-5

Nastavni materijali dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje (<http://e-fit.unimediterranean.net>)

OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

Poeni koje studenti dobijaju za uspešno ispunjene obaveze:

- Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena
- Individualna praktična obuka do 5 poena
- Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P)
- Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P)
- Završni ispit, do 50 poena

Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena. Organizuju se stručne rasprave debatnog tipa, gdje su uključeni stručnjaci iz prakse, kao i experti iz oblasti, kao i sami studenti. Na ovaj način student produbljuje svoja znanja, kao i stiču vještine vezane za upravljanje u preduzećima i institucijama iz oblasti turizma.

Ocjena	A	B	C	D	
E					
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60

Posebna naznaka za predmet: -

Nastavnik koji je pripremio podatke: Prof. dr Silvana Đurašević

DIGITALNI MARKETING U TURIZMU I HOTELIJERSTVU

OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM104	Profesor:	Prof. dr Darko Lacmanović
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	Mr Predrag Raković

Godina:	1	Konsultacije:	Shodno objavljenom rasporedu	
Semestar:	I (zimski)	Studijski program:	Akademske master studije: Internacionalni menadžment u turizmu i hotelijerstvu; modul 1: Marketing menadžment u turizmu i hotelijerstvu	
ECTS:	7			
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktični rad
3		2		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	45:00 h	Nastava i završni ispit:	140:00 h
Vježbe	2:00 h	30:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	18:40 h
Praktičan rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	4:20 h	65:00 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	51:20 h
Ukupno:	9:20 h	140:00 h	Ukupno:	210:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta				
Ciljevi izučavanja predmeta: Osposobljavanje studenata da razumiju pojam, značaj i ulogu digitalnom marketinga u turizmu i uspješno primjene aktivnosti digitalnog marketinga u praksi poslovanja turističkih preduzeća u nacionalnoj i međunarodnoj ekonomiji.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, izrada seminarskih radova, slučajevi iz prakse, kreativne radionice, praktični rad, kolokvijumi i završni ispit. Konsultacije.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Uvod u predmet Praktičan rad: Priprema marketing istraživanja i formiranje istraživačkih timova.			
II nedjelja	Marketing odnosa sa potrošačima u turizmu i hotelijerstvu – aktuelni trendovi. Kreativna radionica-debata.			
III nedjelja	Kreiranje digitalnog marketing plana Praktičan rad: Izrada upitnika i plana realizacija istraživanja.			
IV nedjelja	Web dizajn Praktičan rad: Realizacija istraživanja			
V nedjelja	SEO optimizacija. Kreativna radionica-debata.			
VI nedjelja	Google AdsWords Praktičan rad: Realizacija istraživanja Priprema Kolokvijuma I, Kolokvijum I			
VII nedjelja	Uvod u web analitiku Praktičan rad: Realizacija istraživanja			
VIII nedjelja	Facebook i razvoj biznisa u turizmu Praktičan rad: Realizacija istraživanja			

IX nedjelja	Instagram i razvoj biznisa u turizmu i hotelijerstvu. Kreativna radionica-debata.
X nedjelja	Poslovni alati i LinkedIN – primjena u turizmu i hotelijerstvu. Kreativna radionica-debata. Priprema Kolokvijuma II, Kolokvijum II
XI nedjelja	Poslovni alati i YouTube – primjena u turizmu i hotelijerstvu Praktičan rad: Realizacija istraživanja.
XII nedjeljak	Facebook reklamiranje i primjena u turizmu i hotelijerstvu Praktičan rad: Realizacija istraživanja.
XIII nedjelja	E-mail marketing u turizmu i hotelijerstvu Praktičan rad: Realizacija istraživanja
XIV nedjelja	Etika u digitalnom marketingu Praktičan rad: Prezentacija seminarskih radova sa rezultatima marketing istraživanja.
XV nedjelja	Slobodna nedjelja
Završna nedjelja	Završni ispit

OBAVEZE STUDENATA

Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti pripremaju i prezentuju jedan seminarski rad, učestvuju u debati nakon prezentacije seminarskog rada (kreativna radionica), obavljaju praktični rad, rade kolokvijume i završni ispit. Praktičan rad: 25 % časova vježbi će se organizovati kao praktičan rad kroz istraživanje ponašanja potrošača na turističkom tržištu, izradu i javnu prezentaciju seminarskog rada sa rezultatima primarnog istraživanja u oblasti ponašanja potrošača u turizmu Crne Gore.

ISHODI UČENJA

Po završetku kursa **Digitalni marketing u turizmu i hotelijerstvu** student će moći:

- Razumjeti pojam, značaj i ulogu digitalnog marketinga u marketing kontekstu;
- Prepoznati osnovne aspekte digitalnog marketinga u nacionalnoj i međunarodnoj ekonomiji;
- Razumjeti strategije digitalnog marketinga u domenu ponašanja potrošača u poslovanju preduzeća u turizmu i ugostiteljstvu;
- Razlikovati instrumente digitalnog marketinga u ostvarivanju uticaja na ponašanje potrošača;
- Primjeniti digitalnog marketinga u poslovnoj praksi turizma i ugostiteljstva;
- Osmisliti, organizovati i realizovati programe digitalnog marketinga u turizmu;
- Osmisliti, organizovati i realizovati na bazi metodologije naučnoistraživačkog rada primjenu stečenih spoznaja u domenu digitalnog marketinga u turizmu.

LITERATURA

1. Kotler, P., Bowen, J., & Baloglu, S. (2022). Marketing for hospitality and tourism, 8th Ed. London: Pearson. ISBN 978-1-292-36352-3
2. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons, ISBN: 978-1-119-34120-8
3. Kingsnorth, S. (2016). Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page Publishers. EAN: 9780749474706
4. George, R. (2021). Marketing tourism and hospitality: Concepts and Cases. London: Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-64111-5
5. Hudson, S., & Hudson, L. (2017). Marketing for tourism, hospitality & events: a global & digital approach. Sage. ISBN: 9781473926646
6. Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. Kogan Page Publishers. EAN: 9780749478438
7. Dodson, I. (2016). The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns. John Wiley & Sons. ISBN: 978-1-119-26570-2
8. Filipović, J., (2016), Internet marketing, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd.
9. Minazzi, R. (2015): Social media marketing in tourism and hospitality, New York: Springer, ISBN 978-3-319-05182-6
10. Pulizzi, J. (2014): Epic content marketing: How to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less, New York: McGraw-Hill Education. ISBN: 9780071819893
11. Mariani, M.M., Baggio, R., Buhalis, D. & Longhi, C., (2014), Management, Marketing and Development: The Importance of Networks and ICTs Volume I, Macmillan Distribution.

12. Strauss, J., Frost, R., (2012), E-marketing, 6th Ed., Pearson, London.
 13. Bauer, I. (2013): Digitalni marketing, Zavod za udžbenike, Beograd, ISBN: 9788617180612

OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

-prisustvo predavanjima 0 do 100 % = 0 do 5 poena
 -istraživački rad/individualna praktična obuka 0 do 1 uradjen= 0 do 45 poena (30T+15P)
 -Završni ispit = 0 do 50 poena (40T+10P)
 Prelazna ocjena (E) se dobija ako se kumulativno sakupi najmanje 51 poena.

Posebna naznaka za predmet:T-teoretski rad P-praktičan rad

Nastavnik koji je pripremio podatke: Prof.dr Darko Lacmanović

MEĐUNARODNO PRAVO I POLITIKA U TURIZMU

OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM205	Profesor:	Prof. dr Miloš Vukčević
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	Doc. dr Milena Kavarić
Godina:	I	Konsultacije:	Po utvrđenom rasporedu konsultacija
Semestar:	II (ljetnji)	Studijski program:	Akademske studije: Master Menadžment u turizmu i hotelijerstvu
ECTS/CSPK:	8		

RASPORED SATI

Predavanja	Vježbe	Praktičan rad
48 (3 nedjeljno)	48 (3 nedjeljno)	25%

OPTEREĆENJE STUDENATA

	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3	48	Broj sati za nastavu i završni ispit:	170:40
Vježbe	3	48	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	21:20
Praktičan rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	4:40	74:40	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	48:00
Ukupno:	10:40	170:40	Ukupno:	180:00 h

OPIS PREDMETA

Uslovljenost drugim predmetima:
Nema

Ciljevi izučavanja predmeta:

Predmet pruža saznanja o karakteristikama razvoja međunarodnog turizma, posebno turizma Evrope i Mediterana, te razvoja turizma u Crnoj Gori i okruženju, kao i o karakteristikama strateške i operativne turističke politike.

Metod nastave i savladanja gradiva:

Predavanja, vježbe, seminarski radovi, kolokvijumi i završni ispit. Konsultacije.

SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)

Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra
I nedjelja	Uvod u predmet
II nedjelja	Turistička strategija 1
III nedjelja	Turistička strategija 2
IV nedjelja	Turistička politika Svijeta
V nedjelja	Turistička politika Evrope 1
VI nedjelja	Turistička politika Evrope 2
VII nedjelja	SLOBODNA SEMICA
VIII nedjelja	Kreiranje turističke strategije 1
IX nedjelja	Kreiranje turističke strategije 2
X nedjelja	Uloga prostornog planiranja u turističkoj politici
XI nedjelja	Turistička politika i planiranje turizma u zaštićenim oblastima
XII nedjelja	Turistička politika Crne Gore do 2006 godine
XIII nedjelja	Turistička politika Crne Gore od 2006 godine
XIV nedjelja	Prostorno planiranje u funkciji turističkog razvoja Crne Gore
XV nedjelja	Integracija Crne Gore u EU i turistička politika
Završna nedjelja	Završni ispit
OBAVEZE STUDENATA Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti rade seminarske radove, kolokvijume i završni ispit.	
ISHODI UČENJA Nakon uspješnog završenog kursa student: – Savladava koncepte i vrste turističkih strategija – Kreira strategije i politike razvoja turističkih proizvoda na mikro nivou – Prelazi turističku politiku Svijeta I turističku politiku Evrope – Savladava ulogu i značaj prostornog planiranja u kreiranju turističke politike – Vršiti analizu aktuelnih planova i strategija u turizmu – Dobro poznaje strategije i politike turističkog razvoja Crne Gore	
LITERATURA Swanson, J. R., Edgell Sr, D. L. (2013). <i>Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow</i> . Routledge. ISBN-13: 978-1138491212 Veal, A. J. (2017). <i>Leisure, Sport and Tourism, Politics, Policy and Planning</i> . CABI. ISBN-13: 978-1780648033 Konstantinos, Styliadis, Weidenfeld (2018): <i>Tourism Policy and Planning Implementation: Issues and Challenges</i> , Routledge, u štampi. Hall, C. M. (2008): <i>Tourism planning: Policies, processes and relationships</i> , Pearson Education, ISBN-13: 978-0132046527 Ratković R. (2008): <i>Razvoj turizma u Crnoj Gori – geneza, stanje, perspektive</i> , Fakultet za turizam Bar, ISBN XXX Strategije razvoja turizma Crne Gore – arhiv Urbanistički i prostorni planovi Crne Gore -Nastavni materijali dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje (http://e-fit.unimediterranean.net)	
OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE Poeni koje studenti dobijaju za uspešno ispunjene obaveze: – Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena	

– Individualna praktična obuka do 5 poena – Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P) – Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P) – Završni ispit, do 50 poena					
Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena.					
Ocjena		A	B	C	D
E					
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60
Posebna naznaka za predmet:					
Nastavnik koji je pripremio podatke:		Prof. dr Miloš Vukčević			

MEĐUNARODNA HOTELSKA INDUSTRIJA				
OPŠTE INFORMACIJE				
Šifra predmeta:	MTSM206	Profesor:	Prof. dr Silvana Đurašević	
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	-	
Godina:	V	Konsultacije:	Po dogovoru	
Semestar:	II	Studijski program:	Akademske studije: Master Menadžment u turizmu	
ECTS/CSPK:	8			
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktičan rad
48 (3 nedjeljno)		48 (3 nedjeljno)		20 (1:30 min nedeljno)
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	48:00 h	Nastava i završni ispit:	170:40 h
Vježbe	3:00 h	48:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	21:20 h
Praktičan rad	1:30h	20:00h		
Samostalan rad i konsultacije	5:40 h	90:40 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	48:00 h
Ukupno:	10:40 h	190:40 h	Ukupno:	240:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima:				

Nema	
Ciljevi izučavanja predmeta: Upoznavanje studenata sa globalnim hotelskim tržištem, pravila i zakonima koje važe u hotelskoj industriji. Prilagođavanje hotelskoh poslovanja kulturološkim razlikama na tržištu i samostalno uočavanje prednosti poslovanja na novim tržištima. Upoznavanje sa internim i eksternim hotelskim okruženjem i samostano uočavanje snaga i slabosti preduzeća.	
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, praktična nastava u hotelu, kolokvijumi, domaći zadaci i seminarski radovi, studijske posjete i završni ispit.	
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)	
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra.
I nedjelja	Uvod u međunarodni hotelski menadžment. Nastanak međunarodnog hotelskog menadžmenta. Globalizacija i internacionalizacija u hotelijerstvu. Upoznavanje sa konceptom međunarodnog hotelskog poslovanja. Case study primjeri međunarodnih hotelskih kompanija sa istorijom njihovog razvoja. Diskusija.
II nedjelja	Kultura kao izazov u međunarodnom hotelijerstvu. Vježba: Identifikacije kulturnih specifičnosti Crne Gore i kreiranje hotelske ponude u skladu sa kulturnim specifičnostim crnogoraca. (vježba se može primjeniti i na druge nacije)- praktičan grupni rad studenata.
III nedjelja	Elementi hotelijerstva, F&B sektor u međunarodnim hotelima, marketing segmentacija. Internacionalizacija malih hotela. Uvezivanje hotela u hotelske lance. Kondo hoteli. Kreativna radionica- internacionalizacija hotelskog poslovanja, stvaranje hotelskog brenda i lanca. Prezentacija nalaza. Diskusija.
IV nedjelja	Međunarodno hotelsko okruženje. Analiza eksternog okruženja. Situaciona analiza. Analiza ekološkog okruženja hotela. Ključni uticaji na međunarodnom hotelskom tržištu. Radionica- analiza eksternog okruženja unaprijed zadatog hotela ili manjeg hotelskog lanca. Diskusija.
V nedjelja	Međunarodni marketing u hotelijerstvu. Međunarodna marketing istraživanja i procjene. Globalno targetiranje. Standardizacija propagandnog programa. Dekodiranje povratnih informacija. Priprema za I kolokvijum- sublimacija gradiva.
VI nedjelja	Globalno targetiranje. Standardizacija propagandnog programa. Dekodiranje povratnih informacija. Vježba- analiza i djelovanje na osnovu uvida u povratne informacije gostiju i saradnika
VII nedjelja	Slobodna sedmica
VIII nedjelja	Strategije ulaska hotela na međunarodno tržište. Neinvesticioni menadžerski angažmani u hotelijerstvu. Franšizing. Praktičan rad u međunarodnim hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.
IX nedjelja	Strateško planiranje u hotelijerstvu I globalne hotelske strategije. Misijski ciljevi. Interne analize. Održive komparativne prednosti na hiperkomparativnom hotelskom tržištu.

	Praktičan rad u međunarodnim hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.
X nedjelja	Ljudski resursi u hotelijerstvu- upravljanje razlikama. Formalna i neformalna organizacija u međunarodnom hotelijerszvu. Centralizacija i decentralizacija u hotelskom poslovanju. Praktičan rad u međunarodnim hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.
XI nedjelja	Preuzetništvo i mala i srednja hotelska preduzeća na globanom hotelskom tržištu. Šanse i mogućnosti. Praktičan rad u međunarodnom hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.
XII nedjelja	Prezentacija samostalne analize poslovanja međunarodne hotelske kompanije I kreiranje modela hotelske kompanije koja bi bila konkurentna na međunarodnom tržištu.
XIII nedjelja	Društveno odgovorno hotelsko poslovanje na inetrnacionalnim tržištima. Osjećaj za lokalnu zajednicu. Održivi razvoj. Kulturološka pitanja I dijalog sa stejkholderima. Casy study primjeri odnosa hotelijera I lokalnog stanovništva na međunarodnom I domaćem tržištu.
XIV nedjelja	Korporacijska održivost. Pitanje odgovornosti hotelskog poslovanja. Socijalno izvještavanje. Životna sredina I hotelijerstvo. Stvaranje održivih poslovnih vrijednosti. Case study- ulazak međunarodnih hotelskih lanaca na novo tržište I njihov uticaj. Diskusija.
XV nedjelja	Analize u međunarodnom hotelijerstvu. Analiza kompanije na tržištima. Strategije kompanije. Analiza uticaja globalnog okruženja na kompaniju. Stategije ulaska na nova tržišta. Priprema za završni ispit .
Završna nedjelja	Završni ispit.

OBAVEZE STUDENATA

Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti pripremaju i prezentuju jedan istraživački rad, učestvuju u debati nakon prezentacije zadataka i kreativna radionic, pohađaju praktičnu nastavu u hotelu, rade kolokvijume i završni ispit.

ISHODI UČENJA

Nakon završenog kursa student: poznaje principe poslovanja međunarodnog hotelijerstva. Identifikuje i analizira uticaje globalizacije i internacionalizacije na poslovanje hotela. Samostalno analizira kulturološke razlike i njihov uticaj, usklađuje hotelsku ponudu u skladu sa kulturološkim zahtjevima. Segmetira tržište i kreira strategiju nastupa na segmentiranom meunarodnom tržištu. Poznaje pravila i rincipe internacionalizacije malih hotela. Samostalno analizira eksterno i ekološko okruženje hotela na međunarodnom tržištu. U timu kreira strategije izazaka na međunarodno tržište i sklapa neinvesticione menadžerske aranžmane. Poznaje i poštuje postavke društveno ogovornog poslovanja i u timu analizira poziciju hotela na međunarodnom tržištu.

LITERATURA

- Alan Clarke, Wei Chen (2007), International hospitality management- concepts and cases , Butterworth-Heinemann, USA, ISBN 978-0-7506-6675-6
- Timothy L.G Lockyer (2007) The International Hotel Industry, Sustainable Management, Routledge, New York, London, USA, UK, ISBN 978-0-7890-3338-3

-Nastavni materijali dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje

(<http://e-fit.unimediterranean.net>)

OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

Poeni koje studenti dobijaju za uspješno ispunjene obaveze:

- Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena
- Individualna praktična obuka do 5 poena
- Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P)
- Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P)
- Završni ispit, do 50 poena

Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena. Praktična znanja stiču se na radioicama koje drže experti iz hotelske industrije, na prezentacijama hotelskih kuća- partnera Univerziteta Mediteran Podgorica, kao i odlaskom na "in house" predavanja u neki od hotela, gdje se u prezentativnom i debatom formatu dopunjavaju stečena teoretska znanja i stiču nove vještine.

Ocjena	A	B	C	D	
E					
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60

Posebna naznaka za predmet: -

Nastavnik koji je pripremio podatke: Prof. dr Silvana Đurašević

CJENOVNA POLITIKA I UPRAVLJANJE TRŠKOVIMA U TURIZMU

OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM207	Profesor:	Doc. dr Vladan Martić
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	Dr Zarija Pejović
Godina:	1.	Konsultacije:	Po dogovoru
Semestar:	II (ljetnji)	Studijski program:	Akademske studije: Master, Menadžment u turizmu
ECTS/CSPK:	7		

RASPORED SATI

Predavanja	Vježbe	Praktični rad
48 (3 nedjeljno)	32 (2 nedjeljno)	25%

OPTEREĆENJE STUDENATA

	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	48:00 h	Nastava i završni ispit:	149:20 h

Vježbe	2:00 h	32:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	18:40 h
Praktični rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	4:20 h	69:20 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	42:00 h
Ukupno:	9:20 h	149:20h	Ukupno:	210:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Upoznavanje studenata sa osnovnim pravilima i procedurama prilikom administracije računarskih mreža. Kurs obrađuje glavna svojstva računarskih mreža nezavisno od njihove veličine. Sticanje praktičnih znanja potrebnih za administriranje računarskih mreža. Kroz primere iz prakse, polaznici će se uz rad na opremi upoznati sa načinima administriranja računarskih mreža i podešavanja mrežnih uređaja. Nakon završetka kursa, polaznici će moći samostalno da primene stečena znanja za dizajn i konfiguraciju računarskih mreža.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, praktična nastava u hotelu, kolokvijumi, domaći zadaci i seminarski radovi, studentske posjete i završni ispit.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Uvod u revenue menadžment, specifičnosti revenue menadžmenta. Dinamika cijena i akcija. Odnos revenue menadžmenta, kontrole resursa i cijene Vježba kreativna radionica dinamično formiranje cijena u hotelima u Podgorici- rad u grupama.			
II nedjelja	Upravljanje resursima kompanije i overbooking. Forme optimizacije resursa I cijena. Cijenovna politika dodatne vrijednosti ponude prema program linearne determinante. Vježba: Samostalan rad studenta na času: simulacija situacije overbookinga u sezoni I kreiranje cijenovne politike.			
III nedjelja	Segmentacija tržišta. Odnos segmentacije kupaca i segmentacije proizvoda. Segmentacija i cjenovna politika. Kreativna radionica- segmentacija tržišta i adaptacija ponude u skladu sa odabranim segmentima na uparijed zadatom primjeru kompanije. Presentacija nalaza. Diskusija.			
IV nedjelja	Kontrolne tehnike revenue menadžmenta: Generisanje instance. Statistički i dinamički aspekti. Case study uspješni primjeri primjene kontrolnih tehnika revenue menadžmenta. Diskusija.			
V nedjelja	Simulacija stohastičkog toka podataka tražnje Kreiranje modela dinamike tražnje. Simulacija jedinstvenog toka podataka.			
VI nedjelja	Simulacija podataka sa složenima zahtjevima tražnje. Priprema za I kolokvijum- sublimacija gradiva.			
VII nedjelja	Slobodna sedmica			
VIII nedjelja	Predviđanje zahtjeva tražnje. Teorijski pristup prognoziranju. Prognoziranje I tačnost. Jednostavan I ponderisan pokretni prosjek. Praktičan rad u hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.			
IX nedjelja	Cjenovna analitika. Alati za postavljanje cijenovne politike u hotelijerstvu Vrste cijena u hotelijerstvu. Faktori koji utiču na cijenovnu politiku u hotelijerstvu. Diskriminacija cijena Praktičan rad u hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.			
X nedjelja	Analize revenue menadžmenta. Operacione analize Alati revenue menadžmenta kriva bookiranja.. Praktičan rad u hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.			

XI nedjelja	Stvaranje vrijednosti u hotelijerstvu. Vrste vrijednosti. Matrica vrijednosti i prednosti projekta. Praktičan rad u hotelu sa kojim Fakultet ima potpisan ugovor o saradnji.					
XII nedjelja	Prezentacija izvještaja sa praktične nastave I ocjena ostvarenih učinaka. Prezentacija samostalnog prattičnog rada studenta.					
XIII nedjelja	Kombinovani alati revenue menadžmena. Menadžment kanala ditribucije. Izbor kanala distribucije. Odnos cijene sobe I finasijske međuzavisnosti između hotela I distributera. Radionica- primjena revenue menadžment alata na unaprijed zadatom konkretnom primjeru.					
XIV nedjelja	Revenue menadžment u sektorima u hotelu. Revenue menadžment u F&B sektoru, Revenue menadžment u fitness I wellness i spa sektoru. Revenue menadžment u sektoru soba. Case study- revenue menadžment u hotelskim sektorima. Diskusija.					
XV nedjelja	Revenue menadžment, etika i marketing odnosa. Etička pitanja u revenue menadžmentu hotela. Priprema za završni ispit.					
Završna nedjelja	Završni ispit.					
OBAVEZE STUDENATA						
Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti pripremaju i prezentuju jedan istraživački rad, učestvuju u debati nakon prezentacije zadataka i kreativna radionic, pohađaju praktičnu nastavu u hotelu, rade kolokvijume i završni ispit.						
ISHODI UČENJA						
Nakon zavšenog kursa student: raspolaže i koristi pojmove revenue menadžmenta, poznaje i koristi pravila za postavljenje dinamičnih cijena, samostalno kreira cijenovnu politiku, samostalno vrđi segmentaciju tržišta i adaptira ponudu kompanije zahtjevima na tržištu. Samostalno ocjenjuje resurse i potencijale kompanije. Poznaje i koristi kontrolne tehnike revenue menadžmenta. Poznaj i koristi revenue mandžmenu u pojedinačnim sektorima hotela. Samostalno upravlja kanalima distribucije u hotlijerstvu. Poznaje i primjenjuje navise standarte i etičke kodekse u revenue menadžmentu.						
LITERATURA						
1. Michael Muler-Bungart (2007), Revenue managemnet with flexible proucts, Springer, Berlin, Germany 2. Tudor Badea and Mark Ferguson (2014), Segmentation Revenue Management and Pricing Analytics, Routledge, New York and London, USA, UK 3. Stanislav Ivanov (2014), Hotel Revenue Management Theory and Practice- Zangador, Varna, Bulgaria						
OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE						
Poeni koje studenti dobijaju za uspješno ispunjene obaveze:						
– Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena – Individualna praktična obuka do 5 poena – Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P) – Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P) – Završni ispit, do 50 poena						
Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena.						
Ocjena	A		B		C	D
E						
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60	
Posebna naznaka za predmet:						
Nastavnik koji je pripremio podatke:			Doc. Dr Vladan Martić			

BUSINESS COMMUNICATION				
OPŠTE INFORMACIJE				
Šifra predmeta:	MTSM208	Profesor:	Doc. dr Lejla Zejnilović	
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	Dr Dragana Čurović	
Godina:	1.	Konsultacije:	Da - po dogovoru i prema rasporedu konsultacija.	
Semestar:	II (ljetnji)	Studijski program:	Akademske master studije: Internacionalni menadžment u turizmu I hotelijerstvu	
ECTS/CSPK:	7			
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktični rad
48 (3 nedjeljno)		32 (2 nedjeljno)		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	48:00 h	Nastava i završni ispit:	149:20 h
Vježbe	2:00 h	32:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	18:40 h
Praktični rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	4:20 h	69:20 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	42:00 h
Ukupno:	9:20 h	149:20 h	Ukupno:	210:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Nakon završetka kursa, polaznici će moći da samostalno primijene stečena znanja funkcionalnog engleskog jezika u turizmu i hotelijerstvu. Kurs prati gradivo turizma i hotelijerstva na maternjem jeziku sa ciljem da olakša usvajanje potrebne leksike, izraza i gramatičkih struktura na engleskom jeziku.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, radionice, seminarski radovi, kolokvijumi i završni ispit. Konsultacije.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Introduction to English for Marketing as a specialized discourse used for specific purposes – why, when, how? Jobs and responsibilities – how to increase your own visibility and get a job in marketing – market yourself!			
II nedjelja	Marketing: Corporate identity, logos, branding –what these tell us about the product? Terminology and skills in marketing Bobette Buster: The Arc of Storytelling – YouTube			

III nedjelja	Finding the customer 1: Market research terminology, Customer profiles, asking polite questions, giving and asking for opinions, agreeing and disagreeing, Workshop 1
IV nedjelja	Finding the customer 2: Data collection and reports writing, Telephone survey and politeness techniques. Workshop 2
V nedjelja	Planning marketing strategy 1: The marketing plan – writing a positioning strategy The 4 Ps of marketing – terminology, phraseology and skills Storytelling in commercial creativity, Different types of story – The seven story archetypes Why do archetypes underpin all our stories? TV series: Mad Men – what can we learn about creativity? Workshop 3
VI nedjelja	Planning marketing strategy 2: Pricing and positioning strategies, giving a presentation of your product – how to be persuasive in 3 minutes Project development: meet your clients, research Why is story important to brands? Brands archetypes. TV series: Mad Men – the importance of the questions of how(s)? Workshop 4
VII nedjelja	Slobodna nedjelja
VIII nedjelja	Creating ads 1: The AiDA model for advertising: discussing an ad campaign – case studies related to Montenegro – observing the campaigns launched for different purposes, products and services Tools to develop your story, shaping your story: simplicity, truth, entertainment Workshop 5
IX nedjelja	Creating ads 2: Working with an ad agency, Advertising channels Rate sheets: Giving feedback Know your audience – simplify your message: make your audience the hero to drive the change (identify and reach your audience) Give feedback to another learner's story TV series: The Office – how do they do it? Workshop 6a
X nedjelja	Creating ads 3: Analyses of short ads and flyers Writing the promotional copy for different purposes Figurative language in promoting a tourist destination – the purpose and how to differentiate it in the context Workshop 6b
XI nedjelja	Creating a story behind the brand 1 Map the journey Content vs. context Figurative language in promoting a tourist destination – selling the dreamland Engagement case studies TV series: The Office – how do they do it? Workshop 7
XII nedjelja	Creating a story behind the brand 2 Metaphors in discourse – how to employ the metaphoric language and turn it into a persuasive tool (political discourse, climate change discourse, tourism discourse case studies –it's all about marketing) Film and music Workshop 8

XIII nedjelja	Marketing tools 1 Digital techniques can amplify your story> how can technology benefit to storytelling? Filming the glimpses of Tourism of Montenegro – go viral! Workshop 9
XIV nedjelja	Figurative language in promoting a tourist destination (1) Metaphors We Travel By What / why / where ? Developing specialised language skills
XV nedjelja	Figurative language in promoting a tourist destination (2) Metaphors, Similes, Personifications and Hyperboles – necessary evil? Why figurative matters to brand marketing Where they are in online texts and how they are employed You do it for yourself – hands-on activities – write your own promotional text for tourism Workshop 10
Završna nedjelja	Završni ispit.
OBAVEZE STUDENATA Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti rade seminarske radove, kolokvijume i završni ispit. Student je u obavezi da redovno prisustvuje nastavi, jer su radionice povezane. Dolasci se boduju sa najviše 5 poena. Radionice se boduju: 2,5 poena x 10 radionica= 25 poena . Student mora da vodi svesku aktivnosti gdje će upisivati funkcionalni engleski jezik: npr . Svaka jedinica nosi naslov: »Kako uraditi nešto«. Na kraju semestra se predaju profesoru na provjeru i ovo nosi 0-10 poena.	
ISHODI UČENJA Po završetku kursa <i>Business communication in tourism</i> u zimskom semestru, student će: – Naučiti kako povećati svoju vidljivost i na najbolji način izreklamirati svoje vještine u 21. Vijeku kroz praktičan rad na engleskom jeziku, – Naučiti i savladati leksiku, terminologiju i frazeologiju marketinga na engleskom jeziku, – Steći samopouzdanje u upotrebi marketinškog aparata u turističke svrhe na engleskom jeziku. – Steći vještinu korišćenja marketinškog aparata, – Naučiti kako stvoriti uvjerljivu priču tako da se brend za koji radite promotivnu kampanju izdvoji iz mase kroz praktičan rad – na engleskom jeziku, – Naučiti koje kanale marketinga koristiti za određeni proizvod kroz praktičan rad – na engleskom jeziku, – Naučiti kako se pripremiti za sajmove i predstaviti se u najboljem svijetlu kroz praktičan rad, – Naučiti koje su najčešće metafore, personifikacije, hiperbole u promotivnom turističkom tekstu, zašto su obavezne u turističkom tekstu i kako napisati promotivni turistički tekst koristeći slične jezičke strategije.	
LITERATURA 1. Gore Sylee. (2011). <i>English for Marketing and Advertising</i>. Express series: Oxford Business English. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978-0-19-457918-6. 2. Mackenzie Ian (2013). <i>Management and Marketing with mini-dictionary of 1,000 common terms</i>. Boston: Thomson. ISBN: 978-1899396801 . 3. Bobette Buster. (2013). <i>Do Story: How to Tell Your Story So the World Listens</i>. London: The Do Books Publishing Company. ISBN: 978-1907974052 . 4. M. Lukšić – Đurović. <i>Engleski jezik marketinga – kako kreirati priču koja prati promociju brenda: analiza promotivnih turističkih tekstova, obavezni djelovi i strategije na raspolaganju</i>. Forthcoming in 2019 (u izradi). 3. Nastavni materijali dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje (http://e-mts.unimediterranean.net/login/index.php)	
OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE Poeni koje studenti dobijaju za uspešno ispunjene obaveze: – Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena	

- Individualna praktična obuka do 5 poena
- Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P)
- Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P)
- Završni ispit, do 50 poena

Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena.

Ocjena		A	B	C	D
E					
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60

Posebna naznaka za predmet:

Aktivnosti studenata u toku trajanja kursa se najviše vrednuju, i to kroz prisustvo nastavi, učestvovanje u radionicama i izradom sveske izraza i funkcionalnog jezika.

- Radionice (ukupno 10).
- Studijska posjeta advertising agency
 - Studijska posjeta kreativnom timu u Nacionalnoj Turističkoj Organizaciji

Nastavnik koji je pripremio podatke: mr Milena Lukšić - Đurović

II GODINA

ODRŽIVO POSLOVANJE U TURIZMU I HOTELIJERSTVU				
OPŠTE INFORMACIJE				
Šifra predmeta:	MTSM309	Profesor:	Prof. dr Sanja Vlahović	
Status predmeta:	Obavezan	Saradnik:		
Godina:	2.	Konsultacije:	Po utvrđenom rasporedu konsultacija	
Semestar:	III (zimski)	Studijski program:	Akademske studije: Master Menadžment u turizmu i hotelijerstvu	
ECTS/CSPK:	8			
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktičan rad
48 (3 nedjeljno)		48 (3 nedjeljno)		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3	48	Broj sati za nastavu i završni ispit:	170:40
Vježbe	3	48	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	21:20
Praktičan rad	0	0		

Samostalan rad i konsultacije	4:40	74:40	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	48:00
Ukupno:	10:40	170:40	Ukupno:	240:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Cilj predmeta jeste upoznavanje kandidata sa konceptom održivog turizma i održivog poslovanja u turizmu i hotelijerstvu.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, seminarski radovi, kolokvijumi i završni ispit. Konsultacije.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Uvod u predmet			
II nedjelja	Osnove održivog razvoja			
III nedjelja	Održivi turizam			
IV nedjelja	Osnovi ekologije			
V nedjelja	Životna sredina kao turistička atrakcija Biodiverzitet i turizam			
VI nedjelja	Degradacija životne sredine i turizam			
VII nedjelja	SLOBODNA SEMICA			
VIII nedjelja	Hronologija odnosa turizma i životne sredine			
IX nedjelja	Odnos planiranja i organizacije turizma prema zaštiti životne sredine			
X nedjelja	Kapacitet nosivosti i ekološka procjena uticaja			
XI nedjelja	Zelena potrošnja i turizam			
XII nedjelja	Ponašanje turista i održivost destinacije			
XIII nedjelja	Eko standardi u turizmu i hotelijerstvu			
XIV nedjelja	Praksa „zelenih“ turističkih destinacija			
XV nedjelja	Praksa „zelenih“ hotela			
Završna nedjelja	Završni ispit			
OBAVEZE STUDENATA				
Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti rade studije slučaja, kolokvijume i završni ispit.				
ISHODI UČENJA				
Nakon uspješnog završenog kursa studenti će:				
– Savladati koncept održivog razvoja i turizma				
– Spoznati odnos životne sredine i turizma				
– Koristiti savremene modele i tehnike procjene uticaja turizma na životnu sredinu				
– Kritički analizirati i tumačiti indikatore održivosti na nivou preduzeća i manjih turističkih destinacija				
– Samostalno implementirati ekološke principe poslovanja u turističkim i hotelskim preduzećima				

Predavanje će biti prilagođeno polaznicima kursa kako bi se lakše shvatila predmetna materija i tako stečena znanja našla primjenu u praksi.

LITERATURA

1. Stojanović, V., (2006): Održivi razvoj turizma i životne sredine, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad
2. Herceg, N. (2013). Okoliš i održivi razvoj. *SYNOPSIS doo, Zagreb*, ISBN: 978-953-7035-81-5
3. Blažević B., Krstinić M. (2017): *Gospodarenje energijom u turizmu*, Sveučilište u Rijeci, Rijeka, ISBN: 978-953-7842-37-6
4. Girling, R., Gordy, H., & Lanier, P. (2015). *The Good Company: Sustainability in Hospitality, Tourism, and Wine*. Business Expert Press. ISBN: 9781631571701
5. Kurisu, K. (2015). *Pro-environmental behaviors*. Tokyo: Springer Japan, ISBN 978-4-431-55834-7
6. Cerina, F., Markandya, A., & McAleer, M. (2010). *Economics of sustainable tourism*. Routledge, ISBN: ISBN9781136904967
7. Chen, J., Sloan, P., & Legrand, W. (2010). *Sustainability in the hospitality industry*. Routledge, ISBN-13: 978-0750679688
8. Jovičić, D., (2000): Turizam i životna sredina, Konceptija održivog razvoja, Zadužbina Andrejević, Beograd, ISBN: 86-7244-138-9
9. Holden, A., (2000): Environment and Tourism, Routledge Introduction to Environment Series, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York, ISBN 10: 0415207185

-Nastavni materijali dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje (<http://e-fit.unimediterranean.net>)

OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

Poeni koje studenti dobijaju za uspješno ispunjene obaveze:

- Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena
- Individualna praktična obuka do 5 poena
- Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P)
- Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P)
- Završni ispit, do 50 poena

Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena.

Ocjena	A		B		C		D
E							
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60		

Posebna naznaka za predmet:

Nastavnik koji je pripremio podatke: Prof. dr Sanja Vlahović

MENADŽMENT INOVACIJA U TURIZMU

OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM3010	Profesor:	Prof. dr Silvana Đurašević
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	-
Godina:	2.	Konsultacije:	Po dogovoru
Semestar:	III (zimski)	Studijski program:	Akademske studije: Master Internacionalni menadžment u turizmu i
ECTS/CSPK:	8		

			hotelijerstvu	
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktičan rad-istraživanja
48 (3 nedjeljno)		48 (3 nedjeljno)		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	48:00 h	Nastava i završni ispit:	170:40 h
Vježbe	3:00 h	48:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	21:20 h
Praktičan rad-istraživanja	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	4:40 h	122:40 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	48:00 h
Ukupno:	10:40 h	170:40 h	Ukupno:	240:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Cilj ovog predmeta je da student razumje kako upravljanje inovacijama može da unaprijedi izgled preduzeća za uspjehom. Izučavajući ovu materiju cilj je da student razvije informacionu osnovu za upravljanje inovacijama i pokriva osnovne koncepte, praktične alate i tehnike potrebne za dizajniranje, razvoj i upravljanje inovacijama. Predmet integriše koncepte ljudskih resursa, finansija, marketinga, poslovanja i informacionih tehnologija i namjenjen je širokom spektru industrija, uslužnog sektora ili neprofitnih organizacija.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, rasprave, debate, završni ispit. konsultacije.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Menadžment inovacija			
II nedjelja	Upravljanje projektima			
III nedjelja	Radionica 1,			
IV nedjelja	Upravljanje inovacijama			
V nedjelja	Radionica2.			
VI nedjelja	Projekat upravljanja inovacijama			

VII nedjelja	Slobodna nedjelja
VIII nedjelja	Kreiranje usluga u poslovanju ugostiteljstva i turizma
IX nedjelja	Inovacije u turizmu – izatov za stejkholdere u turizmu
X nedjelja	Inovativni preduzetnik Stiv Džobs
XI nedjelja	Silicijska dolina
XII nedjelja	Apple & Apple
XIII nedjelja	Inovacije i preduzetništvo u turizmu
XIV nedjelja	Radionica 3.
XV nedjelja	„In -house“ predavanje
Završna nedjelja	Završni ispit

OBAVEZE STUDENATA

Studenti su obavezni da pohađaju nastavu. Studenti rade završni ispit.

LITERATURA

1. Bartoluci M., Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva, Školska knjiga, Zagreb, 2013
2. Aldabert B., Dang R. J., Longhi C. (2011). *Innovation in the tourism industry: The case of Tourism@ Tourism management*, 32(5), 1204-1213.
3. Bartoluci M. (2013). *Upravljanje razvojem turizma i poduzetništva*, Zagreb: Školska knjiga. ISBN 978-953-0-30418-5
4. Birkinshaw, J., Hamel, G., Mol, J.M. (2008). *Management Innovation. Academy of Management Review*, 33 (4), 825-845. <http://faculty.london.edu/jbirkinshaw/assets/documents/5034421969.pdf>
5. Keller P. (20). Conclusions of the Conference on Innovation and Growth in Tourism. In: Conference on Innovation and Growth in Tourism, 2004.,
6. Kotlica, S., Rankov, S. (2013). *Doba preduzetništva*. Beograd: Univerzitet Megatrend. ISBN 978-86-7747-498-0
7. Schilling, M. (2017). *Managing Innovation: Text and Articles Bus Mat 4240*. <https://create.mheducation.com/shop/#/catalog/details/?> ISBN 9781308960326

Nastavni materijali dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje.
(<http://e-fit.unimediterranean.net>)

OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

Poeni koje studenti dobijaju za uspešno ispunjene obaveze:

- Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena
- Individualna praktična obuka do 5 poena
- Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P)
- Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P)
- Završni ispit, do 50 poena
-

Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena. Organizuju se praktične radionice iz

oblasti preduzetništva u malim preduzećima. Na ovaj način student produbljuje svoja znanja, kao i stiču vještine vezane za uvođenje inovacija u oblast poslovanja, posebno kad su nove tehnologije u pitanju, iz oblasti marketinga, prodaje, prezentacije i upravljanja.					
Ocjena	A	B	C	D	E
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60
Posebna naznaka za predmet: -					
Nastavnik koji je pripremio podatke: Prof. dr Silvana Đurašević					

PONAŠANJE POTROŠAČA				
OPŠTE INFORMACIJE				
Šifra predmeta:	MTSM3011	Profesor:	Prof. dr Darko Lacmanović	
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:		
Godina:	2.	Konsultacije:	Shodno objavljenom rasporedu	
Semestar:	III (zimski)	Studijski program:	Akademske master studije: Internacionalni menadžment u turizmu i hotelijerstvu; modul 1: Marketing menadžment u turizmu i hotelijerstvu	
ECTS:	7			
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktični rad
3		2		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	45:00 h	Nastava i završni ispit:	140:00 h
Vježbe	2:00 h	30:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	18:40 h
Praktičan rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	4:20 h	65:00 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	51:20 h
Ukupno:	9:20 h	140:00 h	Ukupno:	210:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema uslova za prijavljivanje i slušanje predmeta				
Ciljevi izučavanja predmeta: Osposobljavanje studenata da razumiju pojam, značaj i ulogu ponašanja potrošača i uspješno primjene marketing aktivnosti u praksi poslovanja turističkih preduzeća u nacionalnoj i međunarodnoj ekonomiji.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, izrada seminarskih radova, slučajevi iz prakse, kreativne radionice, praktični rad, kolokvijumi i završni ispit. Konsultacije.				

SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)	
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra
I nedjelja	Potrošač u marketing istraživanjima. Ponašanje potrošača u marketing istraživanjima. Praktičan rad: Priprema marketing istraživanja stavova potrošača i formiranje istraživačkih timova.
II nedjelja	Osnovni pojmovi o ponašanju potrošača. Razlozi istraživanja ponašanja potrošača. Kreativna radionica - debata.
III nedjelja	Razvoj ponašanja potrošača kao naučne discipline. Interdisciplinarnost ponašanja potrošača. Kreativna radionica-debata. Praktičan rad: Izrada upitnika i plana realizacija istraživanja.
IV nedjelja	Motivacioni proces potrošača. Potrebe potrošača. Motivi potrošača. Ponašanje (akcija) potrošača. Kreativna radionica-debata.
V nedjelja	Uticaj na ponašanje potrošača. Klasifikacija faktora koji utiču na ponašanje potrošača. Geografske determinante ponašanja potrošača. Ekonomski uticaji na ponašanje potrošača. Kreativna radionica-debata.
VI nedjelja	Socološke determinante ponašanja potrošača. Kultura. Kreativna radionica-debata.
VII nedjelja	Društvena klasa i sloj. Društvena uloga i status. Relevantne i referentne grupe. Lideri (vođe) mišljenja Kreativna radionica-debata. Praktičan rad: Realizacija istraživanja.
VIII nedjelja	Porodica. Stil života. Praktičan rad: Realizacija istraživanja
IX nedjelja	Psihološki (interni) faktori ponašanja potrošača. Proces informisanja potrošača. Praktičan rad: Realizacija istraživanja
X nedjelja	Proces učenja. Ličnost. Praktičan rad: Realizacija istraživanja.
XI nedjelja	Stavovi potrošača. Motivaciona istraživanja. Praktičan rad: Realizacija istraživanja.
XII nedjeljak	Proces odlučivanja potrošača. Faze procesa odlučivanja. Kreativna radionica-debata
XIII nedjelja	Vrste procesa odlučivanja. Uloge u procesu odlučivanja. Kreativna radionica-debata
XIV nedjelja	Proces prihvatanja (difuzija) novog proizvoda. Praktičan rad: Prezentacija seminarskih radova sa rezultatima marketing istraživanja stavova potrošača.
XV nedjelja	Slobodna nedjelja
Završna nedjelja	Završni ispit
OBAVEZE STUDENATA	
Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti pripremaju i prezentuju jedan seminarski rad, učestvuju u debati nakon prezentacije seminarskog rada (kreativna radionica), obavljaju praktični rad, rade kolokvijume i završni ispit. <u>Praktičan rad:</u> 25 % časova vježbi će se organizovati kao praktičan rad kroz istraživanje ponašanja potrošača na turističkom tržištu, izradu i javnu prezentaciju seminarskog rada sa rezultatima primarnog istraživanja u oblasti ponašanja potrošača u turizmu Crne Gore.	
ISHODI UČENJA	
Po završetku kursa Ponašanje potrošača student će moći: – Razumjeti pojam, značaj i ulogu ponašanja potrošača u marketing kontekstu; – Prepoznati osnovne aspekte ponašanja potrošača u nacionalnoj i međunarodnoj ekonomiji; – Razumjeti marketing strategije u domenu ponašanja potrošača u poslovanju preduzeća u turizmu i ugostiteljstvu; – Razlikovati instrumente marketinga u ostvarivanju uticaja na ponašanje potrošača; – Primjeniti menadžment odnosa sa kupcima u poslovnoj praksi turizma i ugostiteljstva;	

- Osmisliti, organizovati i realizovati programe istraživanja potrošača u turizmu;
- Osmisliti, organizovati i realizovati na bazi metodologije naučnoistraživačkog rada primjenu stečenih spoznaja u domenu ponašanja potrošača u turizmu

LITERATURA

- Maričić, B. (2011). *Ponašanje potrošača* (9.izdanje). Beograd: Centar za izdavačku delatnost, Ekonomski fakultet, Univerziteta u Beogradu. ISBN 978-86-403-1084-0
- Jauhari, V. (2017). *Hospitality Marketing and Consumer Behavior, Creating Memorable Experiences*. London: Routledge. ISBN 9781771883788
- Vigolo, V. (2017). *Older Tourist Behavior and Marketing Tools*. Cham, Switzerland: Springer. ISBN 978-3-319-47735-0
- Hoyer, D.W., MacInnis, J.D., Pieters, R. (2023). *Consumer Behavior*, 8th ed. Boston: Cengage. ISBN 978-0-357-72129-2
- Mothersbaugh, L.D., Hawkins, I.D., Kleiser, B.S. (2020). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*, 14th ed. New York: McGraw Hill. ISBN 978-1-260-10004-4
- Nimmermann, F. (2020). *Congruency, Expectations and Consumer Behavior in Digital Environments*, Wiesbaden, Germany: Springer Gabler. ISBN 978-3-658-28421-3
- Schiffman, L.G., Wisenblit, J.L. (2018). *Consumer behavior Global edition* (12th ed.). London: Pearson. ISBN 9781292269245
- Batat, W. (2018). *Experiential Marketing, Consumer Behavior, Customer Experience and The 7Es*. London: Routledge. ISBN 9781138293151
- Kimmel, A.J. (2018). *Psychological Foundations of Marketing, The Keys to Consumer Behavior* (2nd ed.). London: Routledge. ISBN 9781138219144
- Solomon, M.R. (2017). *Consumer behavior: Buying, Having, and Being, Global edition* (12th ed.). London: Pearson. ISBN 9781292153100
- Scheinbaum, A.C. (2012). *Online Consumer Behavior, Theory and Research in Social Media, Advertising and E-tail*. London: Routledge. ISBN 9781848729698
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. i Hogg, M.K. (2015). *Ponašanje potrošača, europska slika* (4. izdanje (prevod)). Zagreb: Mate. ISBN 0136015964
- Babin, B.J., Harris, E.G. (2012). *Ponašanje potrošača-CB* (prevod). Beograd: Datastatus. ISBN 978-86-7478-135-7
- Živković, R. (2009). *Ponašanje i zaštita potrošača u turizmu* (2. izdanje). Beograd: Univerzitet Singidunum. ISBN 978-86-7912-200-1
- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore. (2015). *Guest Survey 2014 – Stavovi i potrošnja turista u Crnoj Gori*, Podgorica.
- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore(2018). *Guest Survey 2017 – Stavovi i potrošnja turista u Crnoj Gori*, Podgorica.

OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

-prisustvo predavanjima 0 do 100 % = 0 do 5 poena
 -istraživački rad/individualna praktična obuka 0 do 1 uradjen= 0 do 45 poena (30T+15P)
 -Završni ispit = 0 do 50 poena (40T+10P)
 Prelazna ocjena (E) se dobija ako se kumulativno sakupi najmanje 51 poena.

Posebna naznaka za predmet:T-teoretski rad P-praktičan rad

Nastavnik koji je pripremio podatke: Prof.dr Darko Lacmanović

DIZAJNIRANJE USLUGA U TURIZMU I HOTELIJERSTVU

OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM3012	Profesor:	Doc. dr Marija Džoganović
Status predmeta:	Obavezan	Saradnik:	Balša Gobović
Godina:	2.	Konsultacije:	Po utvrđenom rasporedu konsultacija
Semestar:	III	Studijski	Akadske studije: Master

ECTS/CSPK:	7	program:	Menadžment u turizmu i hotelijerstvu	
RASPORED SATI				
Predavanja	Vježbe		Praktičan rad	
48 (3 nedjeljno)	(2 nedjeljno)		50%	
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3	48	Broj sati za nastavu i završni ispit:	149:20
Vježbe	2	32	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	18:40
Praktičan rad	0	0		
Samostalan rad i konsultacije	4:20	69:20	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	42:00
Ukupno:	9:20	149:20	Ukupno:	210:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Cilj predmeta jeste upoznavanje studenta sa konceptima i pravilima dizajniranja usluga u turizmu.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, kreativne radionice. Konsultacije.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Uvod u predmet			
II nedjelja	Dizajniranje usluga – osnovne odrednice, definicije, koncepti			
III nedjelja	Kritične tačke u dizajniranju usluga			
IV nedjelja	Uloga potrošača u dizajniranju usluga			
V nedjelja	Novi poslovni modeli i dizajniranje usluga			
VI nedjelja	Alati dizajna usluge			
VII nedjelja	SLOBODNA SEDMICA			
VIII nedjelja	Planiranje dizajna usluge u turizmu			
IX nedjelja	Mapiranje iskustava u turizmu			
X nedjelja	Grafički dizajn u turizmu			
XI nedjelja	Fotografija u turizmu			
XII nedjelja	Pripovijedanje u turizmu			
XIII nedjelja	Dizajn usluge u turizmu 1 – praktičan dio			
XIV nedjelja	Dizajn usluge u turizmu 2 – praktičan dio			
XV nedjelja	Prezentacija radova			

Završna nedjelja	Završni ispit				
OBAVEZE STUDENATA					
Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe. Studenti rade studije slučaja, kolokvijume i završni ispit.					
ISHODI UČENJA					
Nakon uspješnog završenog kursa studenti će:					
– Savladati koncepte dizajniranja usluga – Koristiti savremene alate u dizajniranju usluga – Steći osnovne vještine fotografisanja za potrebe turističkog biznisa – Steći osnovna vještine pripovijedanja i pisanja u svrhe turističkog biznisa – Samostalno dizajnirati usluge u turizmu					
Predavanje će biti prilagođeno polaznicima kursa kako bi se lakše shvatila predmetna materija i tako stečena znanja našla primjenu u praksi.					
LITERATURA					
Reason, B., Løvlie, L., & Flu, M. B. (2015). <i>Service design for business: A practical guide to optimizing the customer experience</i> . John Wiley & Sons. ISBN: 9781118988923					
Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). <i>This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World</i> . " O'Reilly Media, Inc.". ISBN-13: 978-1491927182					
Pirolli, B. (2018). <i>Travel Journalism: Informing Tourists in the Digital Age</i> . Routledge, ISBN-13: 978-1138086975					
Forman, J. (2013). <i>Storytelling in business: The authentic and fluent organization</i> . Stanford University Press, ISBN-13: 978-0804768719					
Kalbach, J. (2016). <i>Mapping experiences: A complete guide to creating value through journeys, blueprints, and diagrams</i> . " O'Reilly Media, Inc.". ISBN-13: 978-1491923535					
Picard, D., & Robinson, M. (Eds.). (2016). <i>The framed world: Tourism, tourists and photography</i> . Routledge, ISBN-13: 978-0754673682					
Tannen D. (1995): "The power of talk: Who gets heard and why." <i>Harvard Business Review</i> 73.5, pp.138-148.					
OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE					
Poeni koje studenti dobijaju za uspješno ispunjene obaveze:					
– Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena – Individualna praktična obuka do 5 poena – Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P) – Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P) – Završni ispit, do 50 poena					
Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena.					
Ocjena		A	B	C	D
E					
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60
Posebna naznaka za predmet:					
Nastavnik koji je pripremio podatke:		Doc. Dr Marija Džoganović			

INVESTICIJE U TURIZMU
OPŠTE INFORMACIJE

Šifra predmeta:	MTSM3013	Profesor:	Prof. dr Slobodanka Krivokapić	
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:	Dr Olivera Živković	
Godina:	2.	Konsultacije:	Po utvrđenom rasporedu konsultacija	
Semestar:	III (zimski)	Studijski program:	Akademske studije: Master Finansijski menadžment	
ECTS/CSPK:	7			
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktičan rad
48 (3 nedjeljno)		32 (2 nedeljno)		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00 h	48:00 h	Nastava i završni ispit:	170:40 h
Vježbe	2:00 h	32:00 h	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	21:20 h
Praktičan rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	4:40 h	149:20 h	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	48:00 h
Ukupno:	10:40 h	170:40 h	Ukupno:	240:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Upoznavanje sa osnovnim načelima investicionog ulaganja u hartije od vrijednosti, osobinama optimalnog portfolija i najvažnijih hartija od vrijednosti (akcija i obveznica), te karakteristika i značaja CAPM modela.				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanje, vježbe sa naglaskom na kvantitativnu analizu investicija, individualni i grupni rad, simulacije, konsultacije i dr. Obavezno korišćenje kalkulatora i Excela				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				
Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra			
I nedjelja	Uvod u predmet, Osnove i značajni aspekti investicija (str. 2-22) - Finansijska aktiva i njena klasifikacija - Proces investiranja - Finansijska tržišta - učesnici - Globalizacija - Finansijski inženjering			
II nedjelja	Investicioni fondovi (str. 97-121) - Vrste investicionih fondova - NAV - Ulazne i izlazne provizije, troškovi poslovanja - Stopa prinosa otvorenog fonda - Izvještaj o fondovima			

III nedjelja	Rizik i prinos (str. 126-134) i inflacija, nominalna i realna kamatna stopa (str. 141-143) • Stope prinosa (HPR) • Aritmetički i geometrijski prosjek, vrijednosno ponderisani prosječni prinos • APR i EAR • Rizik i premija rizika • Inflacija, nominalna i realna stopa prinosa
IV nedjelja	Rizik i prinos (str. 126-134) i inflacija, nominalna i realna kamatna stopa (str. 141-143), nastavak • Rizična i bezrizična aktiva • Očekivani prinos i rizik portfolija • Linija alokacija kapitala
V nedjelja	Efikasna diversifikacija (str. 162-179) • Diversifikacija i rizik portfolija • Tri pravila za portfolijo od dvije rizične hartije • Optimalni rizični portfolio sa bezrizičnom aktivom
VI nedjelja	Efikasna diversifikacija, nastavak lekcije
VII nedjelja	Slobodna nedjelja
VIII nedjelja	Model vrednovanja aktive i teorija arbitražnog vrednovanja (str.204-212). CAPM, pretpostavke, tržišni portfolio, pasivna strategija • Prinos pojedinačne hartije od vrijednosti po CAPM-u • Tržišna linija hartija od vrijednosti (SML) • Primjena CAPM • Teorija arbitražnog vrednovanja
IX nedjelja	Model vrednovanja aktive nastavak
X nedjelja	Model vrednovanja aktive, nastavak
XI nedjelja	Vrednovanje akcije (str.388-403). Pojam i vrste vrednovanja akcij. Model diskontovanja dividendi. Životni ciklus i višefazni modeli rasta. Koeficijent isplate dividendi i koeficijent reinvestiranja profita. P/E ratio
XII nedjelja	Procjena performansi i aktivno upravljanje portfolijom (str. 575-580) Poredbene grupe. Korekcija za rizik (Sharpova mjera, Treynorova mjera, Jensenova mjera), M^2 mjera performanse, T^2 mjera performanse
XIII nedjelja	Investitori i investicioni procesi (str.700-714)
XIV nedjelja	Investitori i investicioni procesi nastavak
XV nedjelja	Priprema za završni ispit
Završna nedjelja	Završni ispit

OBAVEZE STUDENATA

Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe, rade kolokvijume, rade domaće zadatke i pripremaju seminarske radove.

ISHODI UČENJA

Nakon uspješno završenog kursa **Investicije u turizmu** student će biti osposobljen da:

- definiše investicije i uoči razlike između materijalne i finansijske aktive

- opiše glavne korake u izgradnji investicionog portfolija
- odredi glavne aktere na finansijskim tržištima
- prepozna koja finansijska tržišta postoje i koji su trendovi na njima
- prepozna prednosti i mane investiranja uz pomoć investicionih fondova
- razlikuje otvorene i zatvorene investicione fondove
- odredi neto vrijednost imovine i stopu prinosa otvorenog investicionog fonda
- podijeli otvorene investicione fondove prema strategiji ulaganja
- pokaže uticaj troškova i koeficijenta obrta na investicione performanse otvorenih fondova
- odredi rizik i prinos akcija i obveznica na osnovu podataka o njihovim ranijim performansama
- utvrdi očekivani prinos i rizik portfolija koji se sastoji od rizične i bezrizične aktive
- ocijeni performanse pasivne strategije investiranja
- prepozna kako kovarijansa i korelacija utiču na moć diversifikacije u smanjenju rizika, kako se izgrađuje efikasan portfolio i kako se određuje struktura optimalnog portfolija
- izračuna premiju rizika hartije korišćenjem teorije tržišta kapitala
- konstruiše i koristiti tržišnu liniju hartije (SML)
- koristi arbitraže kod portfolija koji obuhvata pogrešno procijenjene hartije
- koristiti teoriju arbitražnog vrednovanja sa više faktora u cilju pronalaženja pogrešno procijenjenih hartija
- primijeni model diskontovanje dividendi
- primijeni DDM modele
- izračuna stope prinosa korigovane za rizik
- raščlani dodatni prinos na komponente koje su rezultat odluke o alokaciji aktive u odnosu na odluke o selekciji konkretnih hartija
- procijeni performanse portfolija menadžera
- procijeni vrijednost sposobnosti tržišnog tajminga.

LITERATURA

Osnovna:

1. Zvi Bodie, Alex Kane and Alan. J. Marcus, **Osnovi investicija**, (prevod: Essentials of Investments), 6. izdanje, Datastatus, ISBN 978-86-7478-033-6 Beograd, 2009

Pomoćna:

2. Saša Popović, **Portfolio analiza**, Ekonomski fakultet, Podgorica, 2000. god.
3. Dejan Šoškić, **Hartije od vrijednosti – Upravljanje portfoliom i investicionim fondovima**, Ekonomski fakultet Beograd, ISBN 978-86-403-0855-7, Beograd, 2007. god.

Web sajтови u vezi investicija

OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE

Poeni koje studenti dobijaju za uspešno ispunjene obaveze:

- Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena
- Individualna praktična obuka do 5 poena
- Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P)
- Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P)
- Završni ispit, do 50 poena

Za prelaznu ocjenu student je u obavezi da realizuje preko 50 poena.					
Ocjena		A	B	C	D
E					
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60
Posebna naznaka za predmet: -					
Nastavnik koji je pripremio podatke:		Prof. dr Slobodanka Krivokapić			

FINANSIJSKI MENADŽMENT U TURIZMU I HOTELIJERSTVU				
OPŠTE INFORMACIJE				
Šifra predmeta:	MTSM3014	Profesor:	Prof. dr Slobodanka Krivokapić	
Status predmeta:	Obavezni	Saradnik:		
Godina:	2.	Konsultacije:	Po utvrđenom rasporedu konsultacija	
Semestar:	III (zimski)	Studijski program:	Akademske studije:	
ECTS/CSPK:	7		Master studije	
RASPORED SATI				
Predavanja		Vježbe		Praktičan rad
48 (3 nedjeljno)		32 (2 nedeljno)		25%
OPTEREĆENJE STUDENATA				
	Sedmično	Semestralno	Ukupno u toku semestra:	
Predavanja	3:00	48:00	Broj sati za nastavu i završni ispit:	106:20
Vježbe	2:00	32:00	Neophodne pripreme za upis i ovjeru semestra	13:20
Praktičan rad	25%	25%		
Samostalan rad i konsultacije	1:40	26:40	Priprema i polaganje ispita u popravnom ispitnom roku	30:00
Ukupno:	9:20	149:20	Ukupno:	150:00 h
OPIS PREDMETA				
Uslovljenost drugim predmetima: Nema				
Ciljevi izučavanja predmeta: Pružanje uvida u široko područje poslovnih finansija sa naglaskom na problematiku I finansijskog planiranja u preduzeću				
Metod nastave i savladanja gradiva: Predavanja, vježbe, domaći zadaci, seminarski radovi, slučajevi iz prakse, kreativne radionice, kolokvijumi i završni ispit.				
SADRŽAJ PREDMETA (PREDAVANJA)				

Pripremna nedjelja	Priprema i upis semestra
I nedjelja	Finansije (pojam, ciljevi, periodični izvještaj i finansijski izvještaj)
II nedjelja	Finansijska politika preduzeća; Predmet i principi;
III nedjelja	Pravila finansiranja (vertikalna i horizontalna)
IV nedjelja	Osnovi finansijske analize (pretpostavke, metodi, racio, rentabilnost)
V nedjelja	Poslovni i finansijske leveridž (kombinovani, nezavisna tačka finansiranja)
VI nedjelja	Organizacija finansijske funkcije i upravljanje finan. tokovima (poslovna, obrtna i finansijski tokovi gotovine)
VII nedjelja	Slobodna sedmica
VIII nedjelja	Finansijsko planiranje (gotovine bilansni i dinamički metod, bilans stanja i uspjeha i prin.planiranja)
IX nedjelja	Menadžment obrtnih sredstava (zalihe, troškovi zaliha menadžment zaliha, obim i vrijeme nabav.gotov.i potraž.)
X nedjelja	Kamata i obračun kamata (obračun, prost i složen interes)
XI nedjelja	Hartije od vrijednosti (mjenica, ček, obveznice, akcije, tržište, organizacija i regulativa)
XII nedjelja	Učesnici na tržištu kapitala (banke, investicioni fondovi, druge inst.berze, opcije, fjučersi, klirinške kuće, emisije ažio, portfolio hartija od vrijed. i gotovina
XIII nedjelja	Proc.tržišne cijene hartije od vrijednosti (opšti model, činioci rizika inf., vrijeme, obične i povlašćene akcije, stopa kapitalizacije, cijena duga, sopst.kapitala prodaja obič.akcija akumul.dobiti i amort.
XIV nedjelja	Menadžment investicije i efikas.investicija (kapit.ulag., inves.kriterijumi, metodi za ocjenu, dinam. i stat.met.efik. I analiza rizika)
XV nedjelja	Praktični primjeri izrade (finansijskog poslovanja preduzeća, investicionog programa I vrij.imovine)
Završna nedjelja	Završni ispitni rok - usmeni dio
OBAVEZE STUDENATA Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe, rade kolokvijume, rade domaće zadatke i pripremaju seminarske radove.	
LITERATURA - Akad.Dragan Đ.Vučinić: Finansijski menadžment, III dopunjeno izdanje, CONTACT LINE, Beograd, 2003. (udžbenik) - Keown A., Martin J.D., Pettz J.N., Scott D.D., Foundations of Finance and Practice of Financial Management, Prentice Hall. Upper Saddle River, 2003. Udžbenik grupe autora sa fakulteta za turistički i hotelijerski menadžment u pripremi. Nastavni materijali i izabrani naučni radovi dostupni na web stranici predmeta u okviru sistema za e-učenje (http://e-fit.unimediterranean.net)	
OBLICI PROVJERE ZNANJA I OCJENJIVANJE Poeni koje studenti dobijaju za uspješno ispunjene obaveze:	

- Prisustvo predavanjima i vježbama, aktivnost do 5 poena
- Individualna praktična obuka do 5 poena
- Kolokvijum I – 20 poena (15T+5P)
- Kolokvijum II – 20 poena (15T+5P)
- Završni ispit, do 50 poena

Ocjena		A	B	C	D
E					
Broj poena	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60

Posebna naznaka za predmet:

Nastavnik koji je pripremio podatke:	Prof. dr Slobodanka Krivokapić
--------------------------------------	--------------------------------