

<b>Студијски програм: МСС- Пословна економија у туризму</b>			
<b>Назив предмета: Брендирање у туризму</b>			
<b>Наставник/наставници: др Маја Ћосић</b>			
<b>Статус предмета: Изборни</b>			
<b>Број ЕСПБ: 7</b>			
<b>Услов: нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
Циљ предмета је да студенти спознају значај и улогу брендирања у савременом пословању, са посебним акцентом на стратегију креирања бренда у туризму. Циљ је такође, стицање знања и компетенција у вези са разумевањем концепта, принципа и стратегија брендирања, начином комуникације бренда, као и мерења вредности и управљања брендом.			
<b>Исход предмета</b>			
Након одслушаног и положеног испита из овог предмета студент ће бити способан да:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>– објасни значај бренда и предности које брендирање пружа туристичким субјектима и туристима;</li> <li>– изабере одговарајућу стратегију за креирање и позиционирање бренда;</li> <li>– самостално креира елементе туристичког бренда;</li> <li>– процени који облик комуникације је најприкладнији за одређени туристички бренд;</li> <li>– анализира и критички суди о туристичким брендovima.</li> </ul>			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
Концепт бренда. Област примене бренда. Значај бренда и његова улога у области туризма. Стратегија креирања бренда. Стратешки бренд менаџмент у туризму. Емоционално брендирање. Елементи бренда. Позиционирање бренда. Мерење вредности бренда. Животни циклус бренда. Правна заштита. Социолошки и културни аспекти бренда. Процес и инструменти комуникације бренда. Интегрисане маркетиншке комуникације. Корпоративне комуникације. Интернет комуникације. Глобални vs. локални бренд. Иновативне стратегије комуникације бренда. Улога маркетиншких агенција. Стратегије наступа бренда на међународном тржишту.			
<i>Практична настава</i>			
Упознавање са релевантним домаћим и међународним институцијама и организацијама. Анализа примера из праксе. Развој елемената бренда. Развој комуникацијског микса бренда. Развој стратегија бренда. Развој стратегија наступа бренда на међународном тржишту. Израда и одбрана пројектног рада.			
<b>Литература</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Цицварић, С. (2006). <i>Бренд – креирање, позиционирање и одржавање</i>. Београд: Задужбина Андрејевић.</li> <li>– Морган, Н., Причард, А., и Прајд, Р. (2015). <i>Дестинација као бренд</i>. Београд: Clio.</li> <li>– Келер, К.Л. (2008). <i>Случајеви најбоље праксе у брендирању</i>. Београд: Mass Media International.</li> <li>– Kapferer, J.N. (2008). <i>The New Strategic Brand Management</i>. Лондон: Kogan Page</li> </ul>			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 3</b>	<b>Практична настава: 2</b>	
<b>Методe извођења наставе</b>			
Групне дискусије, Анализа случајева из области туризма и хотелијерства. Презентација семинарских радова. Симулација пројектних задатака за мале групе студената.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	<b>5</b>	писмени испит	/
практична настава	<b>5</b>	усмени испит	<b>60</b>
колоквијум	<b>1x10=10</b>		
семинарски рад	<b>20</b>		