

## Спецификација предмета за књигу предмета

<b>Студијски програм</b>		Управљање у туризму		
<b>Изборно подручје (модул)</b>				
<b>Врста и ниво студија</b>		Специјалистичке струковне студије		
<b>Назив предмета</b>		Односи с јавношћу у туризму		
<b>Наставник (за предавања)</b>		Ђурић Д. Миленко		
<b>Наставник/сарадник (за вежбе)</b>		Павковић М. Владимир		
<b>Наставник/сарадник (за ДОН)</b>				
<b>Број ЕСПБ</b>	6	<b>Статус предмета (обавезни/изборни)</b>		изборни
<b>Услов</b>				
<b>Циљ предмета</b>		Да омогући студентима стицање применљивих знања о управљању односима с јавношћу у туризму, као и искустава из праксе о стратегијама и техникама ефектног двосмерног процеса комуницирања између туристичких организација и циљних група у јавности. Посебна пажња усмерена је на развијање вештине студената за професионално пословно комуницирања на неколико нивоа: пословна кореспонденција, вођење пословних разговора, презентације, односи са медијима и наступи у јавности.		
<b>Исход предмета</b>		Прихватање професионалних стандарда и основних етичких принципа у пословном комуницирању и изграђивању добрих односа с јавношћу. Овладавање практичним знањима за планирања и реализацију програма акција и комуницирања са циљним групама јавности. Стицање вештине у пословној комуникацији, презентацијама, јавним наступима и организовању успешне сарадње са медијима.		
<b>Садржај предмета</b>				
<b>Теоријска настава</b>		Модел и карактеристике процеса комуницирања у туристичком пословању; Мисија и задаци стручњака за односе с јавношћу у новом миленијуму; Истраживање ставова јавности и јавног мњења; Стратегије и тактике комуницирања; Комуникацијски микс: оглашавање, лична продаја, унапређење продаје, публицитет; Корпоративни идентитет, пословни стил и имиџ; Пословни бон тон и протокол; Стварање и позиционирање робних марки (брендова) на туристичком тржишту; Организација праксе у обављању односа с јавношћу; Професионални стандарди и етика у односима с јавношћу; Циљне групе у туризму и јавно мњење; Односи са интерном јавношћу: мотивисање запослених и стварање тима; Односи са потрошачима; Улога и карактеристике медија: штампани, електронски медији и интернет; Односи са медијима: саопштења, изјаве, интервјуи и конференције за штампу; Управљање односима с јавношћу; Лобирање на међународном тржишту.		
<b>Практична настава (вежбе, ДОН, студијски истраживачки рад)</b>		Писмена и усмена пословна кореспонденција; Технике писања и вештина говорништва; Примена фотографије; Планирање коришћења штампаних и електронских медија; Специјални догађаји и наступи на сајмовима; Комуницирање у кризним ситуацијама; Кампање односа с јавношћу у селективним секторима туризма: сеоски/здравствени/еколошки/ рекреативни/ спортски/ конвенцијски/конгресни.		
<b>Литература</b>				
1	Dennis E. Deuschel, Travel and Tourism Public Relations, Elsevier Butterworth - Heinemann, Oxford, 2006			
2	Катлип, Сентер, Брум, Успешни односи с јавношћу, 9. издање, Службени гласник, Београд, 2006.			
3	Денис Вилкокс и сарадници, Односи с јавношћу - стратегије и тактике, Центар за издавачку делатност Економског факултета, Београд, 2006.			
4	Phillip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens, Marketing for Hospitality and Tourism, 4 ed., Pearson International Edition, New Jersey, 2006			
5	Пржуљ, Красић, Ђорђевић, Култура пословног понашања, Бирографија, Суботица 2000.			
6	Миленко Ђурић, Public Relations - кључ успешног наступа на тржишту, Институт за тржишна истраживања, Београд, 1992.			
<b>Број часова активне наставе недељно током семестра/триместра/године</b>				
<b>Предавања</b>	<b>Вежбе</b>	<b>ДОН</b>	<b>Студијски истраживачки рад</b>	<b>Остали часови</b>
2	3			
<b>Методе извођења наставе</b>		Издавање материје према изворима наведене литературе и анализа практичних примера и студија случајева на предавањима. У току вежби студенти се ангажују у креативним радионицама, на припреми пројеката и на припремању презентација одређених тема. Практична настава обухвата ангажовање кандидата у медијима и агенцијама и интерним одељењима за односе с јавношћу, као и рад кандидата на организовању туристичких манифестација и студијских путовања на терену.		

Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	5	писмени испит	0
практична настава	10	усмени испит	60
колоквијуми	20		
семинари	5		