

UPUTSTVO (TEHNIČKI USLOVI) I POSTUPAK IZRADE DIPLOMSKOG RADA IZ PREDMETA

MARKETING U TURIZMU

Predmetni nastavnik: dr Violeta Tošić, profesor

OPŠTI USLOVI

Studenti koji su na ispitima iz predmeta Marketing u turizmu dobili ocenu 8, 9 i 10 imaju prednost u odabiru teme za izradu diplomskog rada. Predmetni nastavnik može prihvatiti zahtev za izradu diplomskog rada i studentu koji je iz ovih predmeta dobio i nižu ocenu ukoliko proceni da je kandidat u mogućnosti da samostalno obradi temu rada. Tema se određuje nakon konsultacija sa nastavnikom. Preporučje se da kandidat u odabiru teme ima u vidu dostupnost izvora podataka, literature i sl. Zainteresovanom kandidatu se preporučuje da na konsultacije dođe sa predlogom 2-3 potencijalne teme.

Student / kandidat ne može da predlaže i odabere temu opšteg karaktera (npr. „Primena marketing koncepcije u turizmu“ ili „Instrumenti marketing miksa“ ili „Promocija kao instrument marketing miksa“), već se tema mora odnositi na primenu pojedinih teorijskih koncepata, metoda, pitanja, razmatranja, istraživanja i sl. u praksi konkretnih turističkih preduzeća ili turističkih destinacija.

U skladu sa odabirom teme, predmetni nastavnik - mentor, predlaže i drugog člana komisije. Ukoliko predmetni nastavnik oceni da tema koju predloži kandidat više pripada drugoj oblasti ili disciplini (turistička geografija, istorija umetnosti, menadžment turističke destinacije, zaštita životne sredine, hotelijerstvo, saobraćaj, privredno pravo i sl.) predložiće kandidatu da je prijavi u sklopu odnosnog predmeta. Definitivnu temu utvrđuju predmetni nastavnik kao budući mentor i kandidat. Mentor pomaže kandidatu u formulisanju osnovnih teza i upućuje ga na izbor odgovarajuće literature.

Tekst rada treba da ima sledeću strukturu:

- naslovna strana;
- sadržaj;
- uvod;
- poglavlja;
- zaključak.

U radu se kandidat bavi temom u obliku studije slučaja (case study) ili primenom raznih kvalitativnih i kvantitativnih metoda (intervju, opservacija, anketiranje i dr.). Od kandidata se očekuje da samostalno

istraži postavljeni problem i izvede validne zaključke. Diplomski rad treba da bude obima oko 35-40 strana u formatu koji je uobičajen za ovu vrstu rada.

Najstrože je zabranjeno kopirati ili "skidati" sa Interneta tuđi rad (u celosti ili delom) i predstavljati ga kao svoj. Korišćenje tuđeg rada mora uvek biti adekvatno naznačeno!

Prvu verziju kandidat dostavlja u štampanoj formi (materijal povezan spiralom). Mentor pregleda dostavljeni materijal, unosi primedbe i sugestije i vraća ga kandidatu na doradu i ispravke. Drugu, ispravljenu verziju kandidat dostavlja mentoru takođe u štampanoj formi (materijal povezan spiralom), uz obavezno dostavljanje i prve verzije. Mentor neće prihvatiti narednu verziju rada ukoliko uz nju nije priložena i prethodna verzija. Nakon što je pregleda mentor je prihvata kao definitivnu ili je, ako je potrebno, vraća kandidatu na doradu, pri čemu se prethodni postupak ponavlja.

Skreće se pažnja kandidatima da pre svake predaje rada pažljivo pročitaju tekst, stilski ga doteraju i isprave gramatičke i greške u kucanju!

TEHNIČKI USLOVI

- Maksimum 40 strana, uključujući tekst, tabele, slike (crteže, grafikone) i priloge. Rad mora imati numerisane strane. Naslovna strana se ne numeriše.
- Margine: gornja, donja, leva, desna(**top, bottom, left, right**): **2,5 cm**.
- Font**Times New Roman, font 12, justify, line spacing 1,3**. Naslove pisati **VELIKIM SLOVIMA (uppercase)**.
- U uvodu se, u nekoliko pasusa, daju osnovne napomene opredmetu i cilju istraživanja, kao i razlogu za izbor teme. Takođe se može predstaviti i struktura rada. **Primer: U prvom delu rada razmatra se... U drugom delu rada akcenat je na...**
- U zaključku se sumiraju rezultati, tj. ukratko se ponavljaju najvažniji delovi rada. Mogu se neposredno preneti ključne rečenice iz pojedinih poglavlja, ali treba voditi računa da zajedno predstavljaju logičnu celinu. Najbolje je da ovaj deo teksta bude napisan potpuno samostalno, pri čemu se ne treba libiti iznošenja ličnog mišljenja u vezi sa obrađenom temom. Zaključak, obično, zauzima jednu ili jednu i po stranu.
- Poglavlja se obeležavaju brojevima (1, 2 itd.). Broj podnaslova je najmanje dva (1.1., 1.2.). Uvod i zaključak se ne numerišu kao poglavlja.

Primer:

UVOD (bold)	1
1. CENA KAO INSTRUMENT MARKETINŠKOG MIKSA (bold).....	3
1.1. SPECIFIČNOSTI FORMIRANJA CENA U TURIZMU	5
1.2. FAKTORI FORMIRANJA CENA U TURIZMU.....	7
1.3. METODI FORMIRANJA CENA	9
1.3.1. Formiranje cena na bazi troškova	10
1.3.2. Formiranje cena na bazi tražnje	13
2. STRATEGIJSKO PRILAGODAVANJE CENA (bold).....	15
ZAKLJUČAK	
LITERATURA	

□ Tekst treba da bude potkrepljen statističkim podacima, stavovima publikovanim u literaturi, primerima i, u ograničenom obimu, citatima. Izvor odakle su preuzeti navedeni podaci navodi se u fusnoti, tako što se navodi autor, naziv knjige, izdavač, mesto, godina i broj strane (videti kako se označava literature, dodaje se broj strane).

□ Tabele i slike (fotografije, grafikoni, crteži i sl.) treba da su označeni na sledeći način:

Tabela 1. (naslov) ili

Slika 1. (naslov)

Naslov ide iznad tabele/slike, a izvor (odakle je preuzeto) – ispod (izvor se navodi redosledom koji važi I za fusnote). Svaki prikaz mora biti objašnjen i analiziran u tekstu.

□ Treba voditi računa da svi korišćeni izvori budu navedeni u literaturi na kraju rada. Na kraju se navodi korišćena literatura na sledeći način:

1. Ako je u pitanju knjiga potrebno je navesti autora (prezime i početno slovo imena), naslov, izdavača, mesto izdavanja, godinu izdavanja.

Primer:

Tošić V., *Marketing u turizmu*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd, 2013.

2. Ako je u pitanju članak iz časopisa potrebno je navesti autora (prezime i početno slovo imena), naslov članka, naziv časopisa (*italic*) i njegov broj, kao i brojeve početne i poslednje strane članka u časopisu.

□ Poređati izvore tj. literaturu po abecednom redu (**Sort A-Z i označiti rednim bojem -Numbering**).

□ Izvori sa Interneta se posebno stavljaju (sa datumom pristupa, odnosno posete sajtu), u sledećem obliku:

Primer:

Internet sajtovi ili Internet izvori

<http://www.beograd.org.rs> (pristup: 18.06.2013)

<http://www.kontiki.rs> (pristup: 11.05.2013)

Ostali izvori:

- Zakon o turizmu
- Statistički godišnjak.....
- Razgovori sa.....