

**Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Turizam / Brend menadžment u turizmu**

<b>Naziv predmeta:</b>	Brend menadžment u turizmu			
<b>Šifra predmeta</b>	<b>Status predmeta</b>	<b>Semestar</b>	<b>Broj ECTS kredita</b>	<b>Fond časova (P+V+L)</b>
13050	Obavezan	3	6	2+1+0
<b>Studijski programi za koje se organizuje</b>	Turizam			
<b>Uslovljenost drugim predmetima</b>				
<b>Ciljevi izučavanja predmeta</b>	- Izučavanje principa brend menadžmenta i upoznavanje savremenih tendencije u vezi sa kreiranjem destinacionih brendova.			
<b>Ishodi učenja</b>	- Razumije odnose između brendiranja, lojalnosti potrošača, cjenovne politike hotelsko-turističkih preduzeća i liderstva na tržištu. - Kreira, evaluira i upravlja brend strategijama turističke destinacije			
<b>Ime i prezime nastavnika i saradnika</b>	prof. dr Andriela Vitić Četković			
<b>Metod nastave i savladanja gradiva</b>	predavanja, seminari, studijske posjete, konsultacije.			
<b>Plan i program rada</b>				
Pripreme nedjelje	Priprema i upis semestra			
I nedjelja, pred.	Pojam, funkcija i karakteristike brenda.			
I nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
II nedjelja, pred.	Evolucija koncepta brendiranja.			
II nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
III nedjelja, pred.	Identitet brenda.			
III nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
IV nedjelja, pred.	Nosioci brenda. Brendiranje destinacije. Nacija (država) kao brend.			
IV nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
V nedjelja, pred.	Percepcija potrošača i specifičnosti brenda. Mrežno brendiranje.			
V nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
VI nedjelja, pred.	Strategijske odluke o brendu. Pozicioniranje brenda. Dizajniranje strategije brendiranja.			
VI nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
VII nedjelja, pred.	Pokrovitelj brenda. Strategijske alternative razvoja brenda.			
VII nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
VIII nedjelja, pred.	Korporativni brend i reputacija kompanije. Upravljanje portfoliom brendova.			
VIII nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
IX nedjelja, pred.	Kolokvijum			
IX nedjelja, vježbe	Studija slučaja.			
X nedjelja, pred.	Upravljanje vrijednošću brenda. Finansijski pokazatelji vrijednosti brenda. Modeli procjene vrijednosti brenda.			
X nedjelja, vježbe	Izlaganje seminarskih radova studenata.			
XI nedjelja, pred.	Komunikacija u funkciji održavanja vrijednosti brenda.			
XI nedjelja, vježbe	Izlaganje seminarskih radova studenata.			
XII nedjelja, pred.	Održivi razvoj brenda.			
XII nedjelja, vježbe	Izlaganje seminarskih radova studenata.			
XIII nedjelja, pred.	Internacionalizacija brenda.			
XIII nedjelja, vježbe	Izlaganje seminarskih radova studenata.			
XIV nedjelja, pred.	Specifičnosti brend menadžmenta u turizmu i hotelijerstvu.			

XIV nedjelja, vježbe	Izlaganje seminarskih radova studenata.					
XV nedjelja, pred.	Brend menadžment turističke destinacije.					
XV nedjelja, vježbe	Izlaganje seminarskih radova studenata.					
<b>Opterećenje studenta</b>						
<b>Nedjeljno</b>	<b>U toku semestra</b>					
<b>6 kredita x 40/30=8 sati i 0 minuta</b> 2 sat(a) teorijskog predavanja 0 sat(a) praktičnog predavanja 1 vježbi <b>5 sat(a) i 0 minuta</b> samostalnog rada, uključujući i konsultacije	Nastava i završni ispit: <b>8 sati i 0 minuta x 16 =128 sati i 0 minuta</b> Neophodna priprema prije početka semestra (administracija, upis, ovjera): <b>8 sati i 0 minuta x 2 =16 sati i 0 minuta</b> Ukupno opterećenje za predmet: <b>6 x 30=180 sati</b> Dopunski rad za pripremu ispita u popravnom ispitnom roku, uključujući i polaganje popravnog ispita od 0 do 30 sati (preostalo vrijeme od prve dvije stavke do ukupnog opterećenja za predmet) <b>36 sati i 0 minuta</b> Struktura opterećenja: <b>128 sati i 0 minuta (nastava), 16 sati i 0 minuta (priprema), 36 sati i 0 minuta (dopunski rad)</b>					
<b>Obaveze studenta u toku nastave</b>	Prisustvo predavanjima, vježbama, seminarski rad.					
<b>Konsultacije</b>	Poslije časova i po dogovoru s profesorom.					
<b>Literatura</b>	1. Mandarić Lj. Marija: Osnove brend menadžmenta - Izazovi kreiranja i upravljanja brendovima u poslovanju, Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam, Vrnjačka Banja, 2023. 2. Veljković, Saša: Brend menadžment u savremenim tržišnim uslovima, Ekonomski fakultet, Beograd, 2010. 3. Keller: Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Pearson education, 2020. 4. Heding, T. and Knudtzen, Ch. F: Brand Management: Research, Theory and Practice, 2015.					
<b>Oblici provjere znanja i ocjenjivanje</b>	Prisutnost na časovima - do 10 bodova, kolokvijum - do 20 poena, pristupni rad - do 20 bodova, završni ispit do 50 bodova.					
<b>Posebne naznake za predmet</b>						
<b>Napomena</b>						
<b>Ocjena:</b>	F	E	D	C	B	A
<b>Broj poena</b>	manje od 50 poena	više ili jednako 50 poena i manje od 60 poena	više ili jednako 60 poena i manje od 70 poena	više ili jednako 70 poena i manje od 80 poena	više ili jednako 80 poena i manje od 90 poena	više ili jednako 90 poena