

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

Uslovljenost drugim predmetima	-
Ciljevi izučavanja predmeta	Izučavanje principa brend menadžmenta i upoznavanje savremenih tendencije u vezi sa kreiranjem destinacionih brendova.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	prof. dr Andriela Vitić Četković
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, seminari, studijske posjete, konsultacije.
I nedjelja, pred.	Pojam, funkcija i karakteristike brenda.
I nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
II nedjelja, pred.	Evolucija koncepta brendiranja.
II nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
III nedjelja, pred.	Identitet brenda.
III nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
IV nedjelja, pred.	Nosioci brenda. Brendiranje destinacije. Nacija (država) kao brend.
IV nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
V nedjelja, pred.	Percepcija potrošača i specifičnosti brenda. Mrežno brendiranje.
V nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
VI nedjelja, pred.	Strategijske odluke o brendu. Pozicioniranje brenda. Dizajniranje strategije brendiranja.
VI nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
VII nedjelja, pred.	Pokrovitelj brenda. Strategijske alternative razvoja brenda.
VII nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
VIII nedjelja, pred.	Korporativni brend i reputacija kompanije. Upravljanje portfoliom brendova.
VIII nedjelja, vježbe	Studije slučaja.
IX nedjelja, pred.	Kolokvijum.
IX nedjelja, vježbe	Studije 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.
Obaveze studenta u toku nastave	Prisustvo predavanjima, vježbama, seminarski rad.
Konsultacije	Poslije časova i po dogovoru s profesorom.
Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	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.
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Prisutnost na časovima - do 10 bodova, kolokvijum - do 20 poena, pristupni rad - do 20 bodova, završni ispit do 50 bodova.
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	Razumije odnose između brendiranja, lojalnosti potrošača, cjenovne politike hotelsko-turističkih preduzeća i liderstva na tržištu. - Kreira, evaluira i upravlja brend strategijama turističke destinacije