

Fakultet za turizam i hotelijerstvo / Turizam i hotelijerstvo /

Uslovljenost drugim predmetima	Nema.
Ciljevi izučavanja predmeta	Osnovni cilj predmeta je usvajanje i razumijevanje teorijskih i praktičnih znanja koje odlikuju savremeni pristup upravljanju događajima (Event management) kao instrumentu strategijskog marketinga. Na osnovu analize teorije i prakse, studenti treba da razviju marketinške, menadžerske i preduzetničke sposobnosti neophodne za upravljanje poslovnim događajima i za marketing komuniciranje u turizmu i hotelijerstvu.
Ime i prezime nastavnika i saradnika	Prof. dr Andriela Vitić – Četković Anđela Rašković
Metod nastave i savladanja gradiva	predavanja, vježbe, seminari, studentske posjete (fieldwork/field visit report), radionice, konsultacije
I nedjelja, pred.	Događaj (Event) kao instrument strategijskog marketinga.
I nedjelja, vježbe	Podjela tema seminarskih radova.
II nedjelja, pred.	Događaji i turizam. Upravljanje događajima u funkciji marketing komuniciranja u turizmu i hotelijerstvu.
II nedjelja, vježbe	Analiza studija slučaja.
III nedjelja, pred.	Klasifikacija događaja.
III nedjelja, vježbe	Analiza studija slučaja.
IV nedjelja, pred.	Nastanak i razvoj poslovnih događaja. Uloga događaja u marketing pozicioniranju Crne Gore kao turističke destinacije.
IV nedjelja, vježbe	Analiza studija slučaja.
V nedjelja, pred.	Kongresi, konferencije i konvencije asocijacija.
V nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
VI nedjelja, pred.	Uloga Međunarodne kongresne asocijacije (ICCA) i Unije međunarodnih asocijacija (UIA).
VI nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
VII nedjelja, pred.	Faktori koji utiču na izbor kongresne destinacije.
VII nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
VIII nedjelja, pred.	Kolokvijum I
VIII nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
IX nedjelja, pred.	Analiza okruženja i planiranje poslovnih događaja.
IX nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
X nedjelja, pred.	Organizovanje poslovnih događaja.
X nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
XI nedjelja, pred.	Upravljanje rizikom i ocjena poslovnih događaja.
XI nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
XII nedjelja, pred.	Upravljanje korporativnim događajima.
XII nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
XIII nedjelja, pred.	Kolokvijum II
XIII nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
XIV nedjelja, pred.	Sajmovi kao vrsta poslovnih događaja. Efekti poslovnih događaja. Trendovi u upravljanju poslovnim događajima.
XIV nedjelja, vježbe	Odbrane seminarskih radova.
XV nedjelja, pred.	Zeleni događaji. Primjena savremenih tehnologija (društveni mediji, virtualni sastanci, mobilne aplikacije, hologram) u upravljanju poslovnim događajima.
XV nedjelja, vježbe	Analiza studija slučaja.
Obaveze studenta u toku nastave	Studenti su obavezni da pohađaju nastavu i vježbe.
Konsultacije	Nakon časova i po dogovoru s profesorom.

Opterećenje studenta u casovima	
Literatura	1. Pavluković, Vanja (2019): »Poslovni događaji i turizam«, Univerzitet u Novom Sadu,, Novi Sad 2. Gerritsen, D; Olderen, v. R (2014): »Events as a Strategic Marketing Tool«, CABI Tourism Texts, UK 3. Karlos, Brenda R.; Van der Vagen, Lin (2009): »Event Management: upravljanje događanjima u turizmu, kulturi, biznisu i sportu«, MATE, Zagreb 4. Preston, C. A (2012): »Event marketing«, Willey, USA 5. Bowdin, Glenn & Allen, Johny (2010): »Events Management«, Routledge, New York 6. Bladen, C; Kendell, J; Abson, E. and Wilde, N (2012): »Event management – as introduction«, Routledge, London/New York 7. Raj, R; Walters, P. and Rashid, T (2013): »Event management – principle and practice«, SAGE, London
Oblici provjere znanja i ocjenjivanje	Prisutnost do 5 bodova, seminarski rad do 20 bodova, I kolokvijum do 10 bodova; II kolokvijum do 10 bodova; završni ispit do 50 bodova.
Posebne naznake za predmet	
Napomena	
Ishodi učenja	- Poznaje i pravilno interpretira osnovne pojmove vezane za menadžment događaja (Event management) - Analizira i interpretira oblike događaja u turizmu i hotelijerstvu - Identifikuje i razumije značaj pojedinih funkcija menadžmenta događaja - Primjenjuje potrebne marketinške, menadžerske i preduzetničke vještine u kreiranju i evaluaciji efekata poslovnih događaja