

SYLLABUS

1. Puni naziv nastavnog predmeta:

POSLOVNO ODLUČIVANJE U TURIZMU

2. Skraćeni naziv nastavnog predmeta / šifra:**3. Ciklus studija:**

1

4. Bodovna vrijednost ECTS:

6

5. Status nastavnog predmeta: Obavezni Izborni**6. Preduslovi za polaganje nastavnog predmeta:****7. Ograničenja pristupa:****8. Trajanje / semestar:**

15

4

9. Sedmični broj kontakt sati:

9.1. Predavanja:

3

9.2. Auditorne vježbe:

1

9.3. Laboratorijske / praktične vježbe:

1

10. Fakultet:

Ekonomski fakultet

11. Odsjek / Studijski program:

Menadžment u turizmu

12. Odgovorni nastavnik:

Dr. sc. Safet Kozarević, redovni profesor

13. E-mail nastavnika:

safet.kozarevic@untz.ba

14. Web stranica:

ef.untz.ba

15. Ciljevi nastavnog predmeta:

Stjecanje osnovnih znanja vezanih za:

- specifičnosti procesa i faktora poslovnog odlučivanja u turizmu na svim razinama menadžmenta,
- specifičnosti procesa odlučivanja krajnjih potrošača o kupovini turističke usluge,
- različite tehnike odlučivanja u turizmu u najširem smislu,
- primjenu odgovarajućih softvera (MS Excel, WinQsb, Expert Choice, etc.) u rješavanju realnih problema poslovnog odlučivanja u turizmu.

16. Ishodi učenja:

- 1) Identifikovati specifične faze i faktore u procesu poslovnog odlučivanja u turizmu na različitim razinama menadžmenta.
- 2) Kritički analizirati proces odlučivanja krajnjih potrošača o kupovini turističke usluge
- 3) Koristiti PrOACT model u rješavanju realnih problema poslovnog odlučivanja u turizmu.
- 4) Odabrati i primijeniti odgovarajuću tehniku grupnog odlučivanja za donošenje odluka u turizmu.
- 5) Identifikovati i primijeniti odgovarajuće tehnike za odlučivanje u uslovima izvjesnosti, neizvjesnosti i rizika vezanih za poslovanje preduzeća u oblasti turizma uz uvažavanje principa općeg etičkog kodeksa u turizmu (GCET).
- 6) Identifikovati i koristiti odgovarajuće softvere u rješavanju realnih problema poslovnog odlučivanja.

17. Indikativni sadržaj nastavnog predmeta:

- 1) Osnove poslovnog odlučivanja.
- 2) Faktori odlučivanja u turizmu.
- 3) Faze u procesu odlučivanja u turizmu.
- 4) Faze u procesu odlučivanja krajnjih potrošača o kupovini turističke usluge.
- 5) Proaktivni model odlučivanja (PrOACT) u turizmu.
- 6) Tehnike grupnog odlučivanja sa primjenom u turizmu.
- 7) Tehnike odlučivanja u uslovima izvjesnosti sa primjerima iz turizma.
- 8) Tehnike odlučivanja u uslovima neizvjesnosti i rizika sa primjerima iz turizma.

18. Metode učenja:

- 1) Predavanja uz upotrebu multimedijalnih sredstava, tehnika aktivnog učenja i uz aktivno učešće i diskusije studenata.
- 2) Auditivne vježbe.
- 3) Priprema i izlaganje grupnih i/ili individualnih seminarskih radova.

19. Objašnjenje o provjeri znanja:

- Nakon polovine semestra studenti pismeno polažu test (međuispit) koji obuhvata do tada obrađenu tematiku sa predavanja i vježbi.
- Prvi međuispit obuhvata sljedeće nastavne cjeline: Osnove poslovnog odlučivanja, Faktori odlučivanja u turizmu i Faze u procesu odlučivanja u turizmu i Faze u procesu odlučivanja krajnjih potrošača o kupovini turističke usluge. Studenti na prvom međuispitu maksimalno mogu ostvariti 25 bodova.
- Drugi međuispit obuhvata sljedeće nastavne cjeline: Tehnike grupnog odlučivanja sa primjenom u turizmu, Tehnike odlučivanja u uslovima izvjesnosti sa primjerima iz turizma i Tehnike odlučivanja u uslovima neizvjesnosti i rizika sa primjerima iz turizma. Studenti na drugom međuispitu maksimalno mogu ostvariti 25 bodova.
- Oba testa polažu svi studenti istovremeno čime se postiže ujednačenost nivoa znanja koje se testira, kao i uslovi pod kojima student polaže ispit.
- U sklopu predispitnih obaveza studenti su dužni izraditi individualni rad koji obuhvata rješavanje problema poslovnog odlučivanja pomoću odgovarajućih softvera.
- Individualni rad se u pisanoj formi predaje predmetnom nastavniku na pregled i ocjenu. Maksimalan broj bodova koji se može ostvariti za individualni rad je od 0 do 5.
- U sklopu predispitnih obaveza studenti su dužni izraditi i grupni seminarski rad koji će obuhvatiti određenu tematiku iz sadržaja nastavnog predmeta.
- Seminarski rad se u pisanoj formi predaje predmetnom nastavniku na pregled i ocjenu, a zatim se prezentira usmeno.
- U izradi i prezentaciji grupnog seminarskog rada učestvuju svi studenti grupe, čije učešće se valorizira pojedinačno.
- Za urađeni i prezentirani seminarski rad student može ostvariti od 0 do 20 bodova.
- Završni ispit je pismeni ili usmeni i obuhvata temu Proaktivni pristup odlučivanja (ProACT)
- Maksimalan broj bodova koji student može ostvariti na završnom ispitu je 25.
- Provjere na svim oblicima znanja priznaju se kao kumulativni ispit.

20. Težinski faktor provjere:

Obaveza:	Maksimalnan broj bodova:
1) Međutestovi (2x25)	50
2) Individualni rad	5
3) Grupni seminarski rad	20
4) Završni ispit	25
UKUPNO	100

21. Osnovna literatura:

- 1) Sikavica, P. Hunjak, T., Begičević Ređep, N. & Hernaus, T. (2014) Poslovno odlučivanje. Zagreb: Školska knjiga.
- 2) Pavličić, D. (2014) Teorija odlučivanja. Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu.
- 3) Gu, Z. (2012), Management Science Applications in Tourism and Hospitality. Routledge, Taylor & Fransis Group.

22. Internet web reference:**23. U primjeni od akademske godine:**

2022/2023

24. Usvojen na sjednici NNV/UNV:

13.07.2022.