

Šifra predmeta: BUS272	Naziv predmeta: E-TURIZAM		
Nivo: Prvi ciklus studija	Godina: II	Semestar: IV	Broj ECTS kredita: 6
Status: obavezni smjerski	Broj sati sedmično: 6 (4+2)		Ukupan broj sati: 90
1. CILJ PREDMETA	Turizam je hiper-konkurentna industrija. Ekonomska snaga turizma, povezana sa snažnim potencijalom za rast, dovodi do snažnih konkurentskih procesa i značajne reorganizacije industrije. Turističko poslovanje zahvaljujući tehnologiji (posebno Internetu) je u porastu u cijelom svijetu. Ovaj predmet se odnosi na digitalizaciju svih procesa i lanca vrijednosti u industriji turizma, putovanja, ugostiteljstva i restorana. Bavi se analizom novih tehnoloških trendova i stoga pruža dobru osnovu za određivanje uticaja i načina primjene informacionih i komunikacionih tehnologija u industriji turizma. Uključuje načine na koji e-turizam unapređuje sve poslovne procese, lanac vrijednosti kao i strateške veze turističkih kompanija sa interesnim grupama (stakeholders). Posebno se fokusira na način implementacije tehnologije kod avio-prevoznika, hotela, turističkih agencija, tur-operatora i destinacija. Osnovni cilj predmeta je da studenti steknu neophodna znanja i vještine u oblasti e-turizma. Teoretski dio edukacije se dopunjava relevantnim slučajevima iz prakse i praktičnim radom.		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Pojam e-poslovanja, e-trgovine i e-marketinga 2. Turizam kao globalna aktivnost 3. Trendovi i inovacije u turizmu 4. Uvod u e-turizam i primjena informacionih i komunikacionih tehnologija u turizmu 5. Operacioni menadžment i distribucija u e-turizmu 6. E-avioprevoznici 7. E-ugostiteljstvo 8. E-tur-operatori i e-turističke agencije 9. E-destinacije 10. Budućnost razvoja e-turizma 11. Praktični aspekti: E-turizam u Bosni i Hercegovini		
1.2. Rezultati učenja	Studenti će nakon završetka kursa biti u stanju da: 1. prepoznaju kritične faktore za uspjeh turističkih kompanija, 2. razvijaju i implementiraju uspješne strategije e-poslovanja u turističkim kompanijama, 3. koriste taktičke alate potrebne za implementaciju e-poslovanja.		
2. NAČIN ORGANIZACIJE NASTAVE			
Opis aktivnosti (%)			
2.1. Način izvođenja nastave	1. ex katedra 2. analiza slučajeva 3. prezentacije 4. projekti 5. gosti predavači	1. 30% 2. 30% 3. 10% 4. 20% 5. 10%	
Učešće u ocjeni (%)			
2.2. Sistem ocjenjivanja	1. mid-term test 2. finalni test 3. grupni projekat 4. aktivnosti na predavanjima 5. aktivnosti na vježbama	1. 25% 2. 25% 3. 20% 4. 10% 5. 20%	
3. LITERATURA	Obavezna literatura: 1. Dimitrios Buhalis, „eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management“, Pearson Education, 2003 2. Almir Peštek, „E-marketing strategije u industriji turizma“ (u pripremi) Dodatna literatura: 1. Roman Egger & Dimitrios Buhalis, „eTourism: Case Studies“, Butterworth-Heinemann, 2008 2. World Tourism Organization, “E-Business for Tourism”, 2001 3. World Tourism Organization, “E-marketing for Tourism Destinations”, 2008 4. Dodatni materijali, članci i slučajevi koji će biti distribuirani putem web-stranice predmeta		