

Šifra predmeta: BUS377	Naziv predmeta: UPRAVLJANJE TURISTIČKIM AGENCIJAMA I TOUROPERATORI		
Nivo: Prvi ciklus studija	Godina: III	Semestar: V	Broj ECTS kredita: 6
Status: Obavezni smjerski	Broj sati sedmično: 6 (4+2)		Ukupan broj sati: 90
1. CILJ PREDMETA	Upoznavanje studenata sa mjestom i značajem turističke agencije u turizmu, kao i metodama i tehnologijama rada touroperatora. Osnovni cilj je da shvate i nauče što su to turističke agencije, koji im je cilj poslovanja, kako posluju i koja je uloga turističkih agencija u oblasti turizma. Ujedno će upoznati značaj touroperatora na razvoj turizma		
1.1. Osnovne tematske jedinice	1. Pojam i funkcije turističkih agencija. 2. Vrste agencija, i vidovi poslovanja agencija u turizmu. 3. Principali agencija u turizmu (objekti za smještaj, avio – putnički promet, pomorski promet, željeznički putnički promet, cestovni putnički promet). 4. Marketing mix turističke agencije. 5. Menadžment agencija u turizmu. 6. Planiranje razvoja i operativnih aktivnosti. 7. Nastanak prvog touroperatora i razvoj organiziranih putovanja. 8. Uloga i funkcija tour operatora. 9. Vrste touroperatora. 10. Touroperatori i turistička ponuda i potražnja. 11. Razvoj touroperatora. 12. Tour operatori u uvjetima stvaranja globalnog turističkog proizvoda. 13. Uticaj touroperatora na turistička kretanja u budućnosti 14. Ponašanje touroperatora u kriznim situacijama		
1.2. Rezultati učenja	Studenti će nakon završetka kursa biti u stanju da shvate poslovanje turističkih agencija, touroperatora, njihov razvoj kao i metode i sadržaj poslovanja, da shvate njihov značaj za razvoj turizma u BiH kroz zadovoljenje potreba kupaca turističkih usluga i da shvate značaj rentabilnog poslovanja turističkih agencija, kao i touroperatora. Studenti će biti osposobljen za pet temeljnih funkcija koje obavljaju touroperatori, odnosno da formiraju turistički paket-aranžmana, da vrše promociju, da prodaju paket-aranžman na tržištu, da zaštite turističke potrošače i da vrše ulogu koordinatora i realizatora interesa ponuđača, te korisnika turističkog proizvoda		
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. Prof. dr. Boris Vukonić "Turističke agencije", Zagreb 2. Nevanka Čavlek, „Touroperatori i svjetski turizam“, Zagreb 1998 god., izdavač Golden marketing Dodatna literatura: 1. Dodatni materijali, članci i slučajevi koji će biti distribuirani putem web-stranice predmeta		