

<b>Студијски програм: Хотелијерство</b>			
<b>Назив предмета: Међународни ланци у хотелијерству</b>			
<b>Наставник/наставници: др Машић Саша, Макуљевић Ђорђе</b>			
<b>Статус предмета: обавезан</b>			
<b>Број ЕСПБ: 9</b>			
<b>Услов: нема</b>			
<b>Циљ предмета</b>			
Циљ је да се студенти оспособе да схвате суштину и карактер пословања међународних хотелских ланаца и да кроз њихово пословање сагледају суштину даљег развоја хотелске индустрије. Циљ је и да разумеју одређења хотелске марке и брэнда као и вредности хотелског брэнда, како за хотелске госте тако и за хотелске корпорације. Циљ је и да се на основу савремених теоријских достигнућа и кроз конкретне примере из праксе усаврше стручна знања студената стечена у настави и пракси, као и да им омогући да се упознају са сложеним пословним операцијама брэндирања у модерном хотелијерству.			
<b>Исход предмета</b>			
Студенти разумеју начин пословања међународних хотелских ланаца и знају њихову типизацију. Познају инвестиционе облике који се примењују у развоју међународних хотелских ланаца. Упознати су са групама стандарда у њиховом пословању. Студенти поседују знања о стварању и развијању хотелских брэндова, одређеним стратегијским изборима, позиционирању и репозиционирању на тржишту, као и могућност уже специјализације за брэндирање хотела. Разумеју начин повезивања тржишта услуга и тржишта капитала кроз сарадњу глобалних хотелских ланаца и инвестиционих фондова за улагање у некретнине специјализованих за улагање у хотелске објекте. Схватају значај програма лојалности и програма корпоративних обука за стицање компаративне предности на високо конкурентном глобалном хотелском тржишту.			
<b>Садржај предмета</b>			
<i>Теоријска настава</i>			
Ретроспектива развоја хотелске индустрије. Хотелски ланци – доминантна форма консолидовања хотелске индустрије – настанак и развој међународних хотелских ланаца. Корпоративни хотелски ланци. Хотелски конзорцијуми. Компаније за менаџмент. Примена различитих група стандарда у пословању хотелских ланаца. Анализа примењених инвестиционих облика у развоју међународних хотелских ланаца – власнички облици. Анализа примењених инвестиционих облика у развоју међународних хотелских ланаца – невластнички облици. Инвестициони фондови за улагање у некретнине специјализовани за улагање у хотелске објекте ( <i>Hotel REIT</i> ). Основна одређења хотелског брэнда. Вредност хотелског брэнда за потрошаче и хотелске ланце. Начини вредновања хотелских брэндова. Програми лојалности међународних хотелских ланаца. Програми обука и тренинга запослених у хотелским ланцима. <i>Time-sharing</i> као облик диверзификације понуде глобалних хотелских ланаца.			
<i>Практична настава</i>			
Анализа развоја највећих хотелских ланаца. Анализа појединих група стандарда у пословању хотела који послују под брэндовима највећих хотелских ланаца Уговори о франшизингу као начин раста хотелских ланаца – анализа основних елемената и трендова на глобалном тржишту. Уговори о управљању као начин раста хотелских ланаца – анализа основних елемената и трендова на глобалном тржишту. Власнички облици улагања – анализа конкретних примера. Начини организације међународних хотелских ланаца – анализа примера из праксе. Анализа пословања инвестиционих фондова за улагање у некретнине специјализовани за улагање у хотелске објекте – примери из праксе. Начин повезивања и сарадње међународних хотелских корпорација инвестиционих фондова за улагање у некретнине специјализовани за улагање у хотелске објекте – примери из праксе. Анализа брэнд портфолија највећих хотелских ланаца. Идентитетска обележја хотелских брэндова – анализа на конкретним примерима из праксе. Различити методи утврђивања вредности хотелских брэндова. Анализа програма лојалности највећих хотелских ланаца – обрада конкретних примера из праксе. Анализа корпоративних програма обуке запослених на примерима из праксе у пословању међународних хотелских ланаца.			
<b>Литература</b>			
<b>Обавезна литература:</b>			
Косар, Љ. & Брадић, М. (2014). <i>Основе пословања међународних ланаца у хотелијерству</i> . Нови Сад: Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.			
<b>Допунска литература:</b>			
Ivanova, M., Ivanov, S., & Magnini, V. (2020). <i>The Routledge Handbook of Hotel Chain Management</i> . New York: Routledge Taylor & Francis Group.			
<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 4</b>	<b>Практична настава: 2</b>	
<b>Типови извођења наставе:</b> предавања, вежбе, консултације.			
<b>Методе извођења наставе:</b> метода усменог излагања, дијалогска метода, метода демонстрације, ИКТ методе, метода практичног рада.			
<b>Оцена знања (максимални број поена 100)</b>			
<b>Предиспитне обавезе</b>	поена	<b>Завршни испит</b>	поена
активност у току предавања	<b>20</b>	писмени испит	<b>40</b>
практична настава	<b>10</b>	усмени испит	
колоквијум-и	<b>20</b>		
семинар-и	<b>10</b>		