

Студијски програм: Ресторатерство			
Назив предмета: Организација догађаја у ресторатерству			
Наставник/наставници: др Божић Александар, Вујић Тамара			
Статус предмета: изборни			
Број ЕСПБ: 7			
Услов: нема			
Циљ предмета			
Разумевање и прихватање догађаја као фактора сегментације тржишта и типизације у хотелијерству. Стицање знања о утицају различитих врста догађаја на обликовање основних и додатних компоненти хотелског производа. Упознавање студената са посебним техникама и активностима неопходним за планирање, промоцију, реализацију и евалуацију специјалних догађаја.			
Исход предмета			
Успешним савладавањем овог предмета, студент ће бити у стању да: идентификује различите врсте специјалних догађаја на основу његових елемената; израђује анализу конкурентског окружења помоћу стратешких алата, дефинише одговарајуће стратегије за профитабилно пословање; осмишљава начине за побољшање квалитета услуге госта; управља, комуницира и мотивише своје подређене; описује надлежност и одговорност менаџерских и оперативних позиција; разуме значај и улогу људских ресурса, као и неопходност хармоничног тимског рада ; израђује продајну цену финалног производа на основу калкулације цене коштања; решава рекламације госта и превазилази изазове са запосленима; разуме како да креира распоред запослених у зависности од очекиваног броја гостију; израчунава кључне показатеље перформанси и на основу њихових вредности доноси пословне одлуке; креира понуду у складу са врстом и концептом догађаја.			
Садржај предмета			
<i>Теоријска настава</i>			
Врста догађаја као фактор тржишне сегментације у хотелијерству. Обликовање угоститељског производа према потребама учесника догађаја. Прилагођавање хотелске понуде различитим врстама догађаја. Утицај догађаја на сезонску дистрибуцију туристичког промета, дужину боравка и искоришћеност капацитета у хотелским објектима. Модификација хотелског производа под утицајем различитих врста догађаја. Оцена степена прилагођености хотелске понуде специфичним захтевима учесника различитих врста догађаја. Планирање и организовање анимације. Састављање маркетинг плана. Организовање конгресне продаје. Продаја за тржиште удружења. Продаја за тржиште корпоративних састанака. Преговарање и склапање уговора за договорене услуге			
<i>Практична настава</i>			
Практична настава се организује у кабинету за информатику, ресторатерство и хотелијерским објектима за организацију и пружање ове врсте манифестација, где су студенти укључени у све сегменте организације од промоције, продаје и организације самих догађаја, као и контролу и ревизију пословања уз састављање извештаја о пруженим услугама и задовољству потрошача			
Литература			
Обавезна литература:			
Зарић, С. (2019). <i>Планирање догађаја: принципи и пракса</i> . Београд: ХЕРАеду.			
Допунска литература:			
Evans, N. (2015). <i>Strategic msnagement for tourism, hospitality and events</i> . London: Routledge Taylor & Francis Group.			
Број часова активне наставе	Теоријска настава: 2	Практична настава: 3	
Типови извођења наставе: предавања, вежбе, консултације.			
Методе извођења наставе: монолошка, дијалогска, метода писаних радова, метода практичних и кабинетских вежби, метода демонстрације.			
Оцена знања (максимални број поена 100)			
Предиспитне обавезе	поена	Завршни испит	поена
активност у току предавања	10	писмени испит	
практична настава	20	усмени испит	40
колоквијум-и	20		
семинар-и	10		