

SADRŽAJ

PREGOVOR	9
UVODNA RAZMATRANJA	11
Turizam kao polje naučnog istraživanja	11
Turizam kao privredna delatnost	14
Turizam kao sistem	16
TURISTI I TURISTIČKI PROIZVOD	21
Potrebe i motivi turista.....	21
Tipologija turista	25
Pojam, struktura i autentičnost turističkog doživljaja	30
Parcijalni i integrisani turistički proizvod	37
Turistička destinacija	40
<i>Značaj imidža turističke destinacije</i>	43
<i>Vrste i dinamika turističkih destinacija</i>	45
Funkcionisanje turističke atrakcije.....	47
Turističko putovanje kao „lanac vrednosti“	51
Posredovanje i medijacija u turizmu	53
DISTRIBUCIJA TURISTIČKOG PROIZVODA	57
Pojam i uloga distribucije	57
Specifična priroda distribucije u turizmu	60
Nivoi u sistemu distribucije	61
Strategije distribucije	64
Komponente sistema distribucije	66
Ekonomski aspekti posredovanja u turizmu	70
<i>Racionalizacija prometnog procesa</i>	70
<i>Posredovanje u svetlu transakcionih troškova</i>	73
TURISTIČKE AGENCIJE KAO POSREDNICI	75
Pojam i uloga turističke agencije	75
Nastanak i razvojni put turističkih agencija.....	78
Vrste turističkih agencija	81
Formalno-pravni uslovi za rad turističke agencije	83
Početak rada, poslovni prostor i resursi turističke agencije.....	88
<i>Nova agencija ili kupovina postojeće?</i>	88
<i>Poslovni prostor, lokacija i oprema</i>	89
<i>Resursi za poslovanje</i>	91
Emitivne i receptivne turističke agencije	94
<i>Ground operatori</i>	98
<i>Sightseeing operatori</i>	101
<i>DMC (Destinacijske menadžment kompanije)</i>	105
<i>Agencije za poslovni turizam</i>	107
<i>Receptivne agencije i servisiranje skupova</i>	111
<i>Kongresni biroi</i>	113
Budućnost turističkih agencija u svetu informacionih tehnologija.....	115

ORGANIZATORI PUTOVANJA KAO POSREDNICI	121
Pojam i uloga turoperatora	121
Nastanak i razvojni put turoperatora	126
Vrste turoperatora	133
Uticaj velikih turoperatora na razvoj destinacija	135
Turistički aranžman kao „proizvod“	139
<i>Pojam turističkog aranžmana</i>	140
<i>Vrste turističkih aranžmana</i>	143
Prednosti i nedostaci grupnih turističkih aranžmana	162
Produkcija turističkih aranžmana	166
Postavljanje programa turističkog aranžmana	169
<i>Destinacija i itinerer aranžmana</i>	170
<i>Vrsta prevoznog sredstva</i>	173
<i>Dužina trajanja aranžmana</i>	174
<i>Dinamika aranžmana (vremenski i programski raspored)</i>	175
<i>Vrsta, obim i kvalitet usluga</i>	176
<i>Broj učesnika aranžmana</i>	182
<i>Prodajna cena aranžmana</i>	182
Primeri kalkulacije cene turističkog aranžmana	185
<i>Kalkulacija cene jednodnevnog izleta</i>	186
<i>Kalkulacija cene city break aranžmana sa avio prevozom</i>	187
<i>Kalkulacija cene autobuskog višednevnog aranžmana</i>	188
<i>Kalkulacija cene boravišnih aranžmana na bazi čartera u lancu</i>	189
<i>Kalkulacija cene apartmanskog smeštaja na bazi fiksnog zakupa</i>	194
<i>Prag rentabilnosti</i>	196
Opšti i posebni uslovi putovanja	198
Promocija i prodaja turističkog aranžmana	198
Turoperator i zaštita potrošača	205
Turistički aranžman i Zakon o obligacionim odnosima	211
<i>Ugovor o organizovanju putovanja</i>	211
<i>Posrednički ugovor o putovanju</i>	215
TURISTIČKI VODIČI KAO POSREDNICI	217
Pojam i uloga turističkih vodiča	218
<i>Definicija pojma turistički vodič</i>	218
<i>Distinkcije u kategorijama vođenja turista</i>	220
<i>Evropska definicija pojmova turistički vodič i turistički pratilac</i>	224
Upotreba termina turistički vodič u praksi	226
Uloga turističkih vodiča iz perspektive akademske literature	229
Turističko vođenje kao oblik medijacije	234
<i>Posredovanje u pristupu destinacijama (atrakcijama)</i>	234
<i>Posredovanje u informisanju turista</i>	237
<i>Posredovanje u socijalnim kontaktima u turizmu</i>	240
Turističko vođenje i kulturna medijacija	242

SADRŽAJ

Turistički pratilac, agencijski predstavnik i turistički vodič u izvršenju turističkog aranžmana	244
<i>Turistički pratilac</i>	245
<i>Agencijski predstavnik</i>	252
<i>Turistički vodič</i>	255
Turističko vođenje u zakonskoj regulativi Srbije	259
LITERATURA.....	263