

RAZPISANE TEME DIPLOMSKIH DEL V ŠTUDIJSKEM LETU 2016/2017 - UNIVERZITETNI PROGRAM TURIZEM

| zap. št. | NASLOV TEME | MENTOR | DIPLOMSKI PREDMET | OPOMBE |
|----------|--|---|---|--|
| 1. | Statusno pravne oblike opravljanja dejavnosti v turizmu | BORUT BRATINA | UVOD V GOSPODARSKO PRAVO | ZGD določa pravno organizacijske oblike gospodarskih družb in samostojnega podjetnika -s.p. V nalogi kandidat na kratko predstavi statusne oblike po ZGD in na konkretnih družbah in s.p.v turizmu napravi analizo prednosti in slabosti posameznih oblik. |
| 2. | Obligacijsko pravni posli v turizmu | BORUT BRATINA | UVOD V GOSPODARSKO PRAVO | Slovenska civilna zakonodaja ureja in določa več vrst pogodb in drugih pravnih poslov tipičnih za poslovanje v turizmu. Kandidat predstavi in analizira posamezne pravne posle in njihove značilnosti na konkretnih primerih. |
| 3. | Druge teme iz pravnega področja lahko kandidati izberejo v soglasju z mentorjem. | BORUT BRATINA | UVOD V GOSPODARSKO PRAVO | |
| 4. | Analiza izraženosti organizacijskih vrednot v Slovenskem turizmu | MITJA GORENAK | ORGANIZIRANOST POSLOVANJA TURISTIČNEGA PODJETJA | Študent(ka) opravi pregled spletnih strani ponudnikov turističnih storitev, analizira izraženost organizacijskih vrednot teh organizacij in skuša ugotoviti, ali obstajajo korelacije med izraženostjo organizacijskih vrednot in uspešnostjo organizacije. |
| 5. | Analiza izraženosti poslanstva organizacije v Slovenskem turizmu | MITJA GORENAK | ORGANIZIRANOST POSLOVANJA TURISTIČNEGA PODJETJA | Študent(ka) opravi pregled spletnih strani ponudnikov turističnih storitev, analizira izraženost poslanstev teh organizacij in skuša ugotoviti, ali obstajajo korelacije med izraženostjo poslanstev in uspešnostjo organizacije. |
| 6. | Kompetenčni profil – Turistični vodnik/turistična vodnica | MITJA GORENAK | MANAGEMENT ČLOVEŠKIH VIROV | Študent(ka) sledi metodologiji CPI za izdelavo kompetenčnega profila, skozi analizo dela turističnih vodnikov in turističnih vodnic pripravi širši nabor kompetenc, ki ga kasneje preko ankete v presojo pošlje turističnim vodnikom / turističnim vodnicam, ki so vpisani v javno dostopni bazi GZS. S pomočjo znanja iz kvantitativne in kvalitativne metodologije analizira kompetence izbranega poklica in pripravi kompetenčni profil. |
| 7. | Zadovoljstvo zaposlenih v hotelu X | MITJA GORENAK | MANAGEMENT ČLOVEŠKIH VIROV | Študent(ka) izbere hotel ali hotelsko verigo z najmanj 50 zaposlenimi, kjer opravi analizo zadovoljstva zaposlenih s pomočjo anketnega vprašalnika. Na podlagi merjenj ugotavlja razlike/podobnosti med posameznimi demografskimi kazalci in zadovoljstvom zaposlenih. |
| 8. | Moč besed: analiza govora v okviru prireditve | MITJA GORENAK (somentorstvo skupaj z doc. dr. JASNO POTOČNIK TOPLER) | MANAGEMENT PRIREDITEV | Študent(ka) izbere uvodni ali zaključni govor na veliki prireditvi. Skozi besedno analizo ter analizo govornice telesa opravi analizo govora in jo postavi v kontekst pomena govora za organizacijo prireditve ter same vsebine govora glede na vsebino prireditve. |
| 9. | Uporaba javnega potniškega prevoza za večji turizem | ANDREJ LISEC | LOGISTIKA V TURIZNU | Ali lahko Slovenija z dobrim javnim potniškim prometom zagotovi večje število turistov. Kje so pomanjkljivosti in kje priložnosti? |
| 10. | Financiranje prireditve: promocija turističnih ponudnikov v državi X | MOJCA NEKREP | FINANCE IN POSLOVODENJE | Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo o virih financiranja in njihovi strukturi, potrebnih za izvedbo promocije turističnih ponudnikov v državi X |
| 11. | Analiza virov financiranja projekta za uvedbo novega turističnega produkta v podjetju X | MOJCA NEKREP | FINANCE IN POSLOVODENJE | Študent(ka) izdela kvalitativno in kvantitativno raziskavo oz. analizira vire financiranja in njihovo strukturo, potrebnih za uvedbo novega turističnega produkta v podjetju X |
| 12. | Na pobudo Občine Ravne na Koroškem razpisujemo različne teme s področja kulturnega turizma v Občini Ravne na Koroškem. Nekaj predlogov, ki se lahko glede na preference študenta tudi prilagodijo: Kulturni turizem v Občini Ravne na Koroškem: Forma Viva | JASNA POTOČNIK TOPLER (po želji somentorstvo doc. dr. MARJETKE RANGUS) | TEORIJA TURIZMA | Študent(ka) opravi analizo in pregled ponudbe s področja kulturnega turizma v Občini Ravne na Koroškem (npr. analiza kulturne dediščine v občini), opravi poglobljene intervjuje z deležniki kulturnega turizma v občini (npr. TIC, turistični vodniki, kustosi v Pokrajinskem muzeju, predstavnikom Zavoda za šport, kulturo in turizem itd.) in pripravi predloge za oblikovanje strategije kulturnega turizma in/ali predloge novih turističnih produktov. Po dogovoru s študentom je mogoča kakšna druga tema s področja kulturnega turizma v Občini Ravne na Koroškem. |
| 13. | Literarni turizem v Občini Ravne na Koroškem: primer Lovra Kuharja – Prežihovega Voranca | | | |
| 14. | Železarska tradicija v Občini Ravne na Koroškem kot turistični potencial | | | |
| 15. | Vesoljski turizem v znanstveni fantastiki: v knjigi x ali zgodbi y ali v filmu xy | JASNA POTOČNIK TOPLER | RETORIKA, PRVI TUJI JEZIK II – ANGLEŠKI JEZIK | Študent(ka) kot futuristični trend v turizmu z jezikovno in diskurzivno analizo različnih fikcijskih žanrov (romani, filmi, popevke itd.) predstavi vesoljski turizem, kot je reprezentiran v leposlovju (zgodbe, knjige) ali v filmih, popevkah ... |
| 16. | Primerjava prikaza turizma v filmu x in filmu y | JASNA POTOČNIK TOPLER | RETORIKA in PRVI TUJI JEZIK I – ANGLEŠKI JEZIK | Študent(ka) analizira prikaz turizma v dveh izbranih filmih, primerja vlogo turizma v filmih in opredeli vlogo filmskega turizma na izbranem območju. |
| 17. | Prikaz turizma v romanu X | JASNA POTOČNIK TOPLER | RETORIKA | Študent(ka) izbere roman in na osnovi analize (jezikovne in diskurzivne) opiše in argumentira, ali je turizem prikazan pozitivno, negativno, kot generator razvoja, kot uničevalec okolja itd. in oriše vlogo literarnega turizma na izbranem območju. |

| | | | | |
|-----|--|-----------------------|--|--|
| 18. | Slovenska kulturna dediščina v angleškem jeziku: primer tradicionalnih slovenskih jedi (Slovene Cultural Heritage in the English Language: the case of the Slovene traditional dishes) –VS in UN | JASNA POTOČNIK TOPLER | PRVI TUJI JEZIK I– ANGLEŠKI JEZIK | Študent(ka) opiše pomen angleškega jezika v turizmu in pomen ustreznih prevodov specifične turistične terminologije, v praktičnem delu analizira prevode slovenske kulinarčne terminologije in pripravi slovensko-angleški kulinarčni slovarček. Po dogovoru s študentom je mogoča tudi kakšna druga tema. |
| 19. | Analiza prevodov slovenskih turističnih materialov v angleščino (The Analysis of the Translations of the Slovene tourism Materials into the English Language) | JASNA POTOČNIK TOPLER | PRVI TUJI JEZIK III– ANGLEŠKI JEZIK | Študent(ka) opiše pomen angleškega jezika v turizmu in pomen ustreznih prevodov specifične turistične terminologije, v praktičnem delu analizira prevode slovenskih turističnih materialov v angleški jezik. Po dogovoru s študentom je mogoča tudi kakšna druga tema. |
| 20. | Poročanje o turističnih temah v časopisu Posavski obzornik/v časopisu Delo/ Večer itd. | JASNA POTOČNIK TOPLER | RETORIKA | Študent(ka) izbere časnik in na osnovi analize (analize vsebine, jezikovne in diskurzivne analize) opiše in argumentira, ali je turizem prikazan pozitivno, negativno, kot generator razvoja, kot uničevalec okolja itd., kdo poroča o turističnih temah, na katerih straneh, v kakšnem obsegu itd. |
| 21. | Literarni turizem v občini x – VS in UN | JASNA POTOČNIK TOPLER | RETORIKA/ PRVI TUJI JEZIK II- ANGLEŠKI JEZIK | Študent(ka) opiše vpomen in vlogo literarnega turizma, opravi analizo in pregled ponudbe s področja literarnega turizma v izbrani občini in pripravi predloge novih turističnih produktov. Po dogovoru s študentom je mogoča kakšna druga tema s področja kulturnega turizma v izbrani občini. |
| 22. | Prikaz Sevnice v tujih časnikih v obdobju predsedniških volitev 2016 v ZDA | JASNA POTOČNIK TOPLER | PRVI TUJI JEZIK III - ANGLEŠKI JEZIK | Študent(ka) izbere tuje časnike v angleškem jeziku in na osnovi analize (analize vsebine, jezikovne in diskurzivne analize) opiše in argumentira, kakšno je poročanje o Sevnici. Po dogovoru s študentom je mogoča kakšna druga tema. |
| 23. | Uspešnost izvedbe posla organizatorja potovanj | BORUT VOJINOVIČ | EKONOMIKA PODJETJA | Študent(ka) na podlagi primera, ki ga izbere skupaj z mentorjem, opravi raziskavo uspešnosti izvedbe posla organizatorja potovanj. |
| 24. | Uvedba in oblikovanje novega turističnega proizvoda | BORUT VOJINOVIČ | EKONOMIKA PODJETJA | Študent(ka) na podlagi primera, ki ga izbere skupaj z mentorjem, opravi raziskavo uvajanja in oblikovanja novega turističnega proizvoda (ki ga študent(ka) lahko predlaga tudi sam(a)). |
| 25. | Oblikovanje cen v turistični agenciji | BORUT VOJINOVIČ | EKONOMIKA PODJETJA | Študent(ka) na podlagi primera, ki ga izbere skupaj z mentorjem, opravi raziskavo oblikovanja cen v turistični agenciji (ki jo študent(ka) lahko predlaga tudi sam(a)). |
| 26. | Hotelski in/ali kongresni in/ali eko turizem | BORUT VOJINOVIČ | TURISTIČNE STRATEGIJE | Študent(ka) na podlagi primera, ki ga izbere skupaj z mentorjem opravi raziskavo hotelskega, kongresnega in/ali eko turizma. |
| 27. | Trženje lokalne turistične destinacije | BORUT VOJINOVIČ | TURISTIČNE STRATEGIJE | Študent(ka) na podlagi primera turistične destinacije, ki ga izbere skupaj z mentorjem opravi raziskavo različnih (izbranih) vidikov trženja turistične destinacije. |
| 28. | Turistična ponudba slovenskega zdravilišča–Wellness-a | BORUT VOJINOVIČ | TURISTIČNE STRATEGIJE | Študent(ka) na podlagi primera izbranega slovenskega (lahko tudi tujega) zdravilišča (Wellness-a), ki ga predhodno izbere skupaj z mentorjem opravi raziskavo različnih (izbranih) vidikov trženja le tega. |
| 29. | VLOGA ODNOSOV Z JAVNOSTMI V TURIZMU | MARIO PLENKOVIČ | KOMUNIKOLOGIJA | |
| 30. | MEDOSEBNO KOMUNICIRANJE V TURISTIČNEM GOSPODARSTVU | MARIO PLENKOVIČ | KOMUNIKOLOGIJA | |
| 31. | MEDIJSKA KOMUNIKACIJA IN TURIZEM | MARIO PLENKOVIČ | KOMUNIKOLOGIJA | |
| 32. | Značilnosti in pomen nemško govorečih gostov v slovenskem turističnem gospodarstvu | VLASTA KUČIŠ | DRUGI TUJ JEZIK - NEMŠKI JEZIK | |
| 33. | Večjezična globalna komunikacija in prevajanje za turizem. | VLASTA KUČIŠ | DRUGI TUJ JEZIK - NEMŠKI JEZIK | |
| 34. | Analiza slovensko-nemških spletnih strani hotelske, zdraviliške ali destinacijske ponudbe. | VLASTA KUČIŠ | DRUGI TUJ JEZIK - NEMŠKI JEZIK | |
| 35. | Uvajanje okoljskih shem v nastanitvene obrate na primeru podjetja x | TANJA LEŠNIK ŠTUHEC | TRAJNOSTNI TURIZEM | Študent(ka) prouči okoljske sheme za prenočitvene obrate in analizira prenočitveni obrat (hotel, turistična kmetija, kamp) skozi izbrano okoljsko shemo (Ecolabel – EU Marjetica, Green Globe idr.). Na koncu poda ugotovitve, ki lahko pomagajo drugim prenočitvenim obratom pri odločitvi za vključitev v okoljsko shemo. |
| 36. | Vzpostavljanje kratkih oskrbnih verig na podeželju: primer Solčavsko | TANJA LEŠNIK ŠTUHEC | TRAJNOSTNI TURIZEM | Študent(ka) prouči teoretična izhodišča vzpostavljanja oskrbnih verig na podeželju. Z analizo štirih verig na Solčavskem (les, volna, kamen, kulinarika) prikaže možnosti za visoko samooskrbnost na primeru destinacije Solčavsko. |
| 37. | Proučitev uspešnosti kolektivnih blagovnih znamk na primerih blagovnih znamk Bohinjsko in Dobrote Dolenjske | TANJA LEŠNIK ŠTUHEC | TRAJNOSTNI TURIZEM | Študent(ka) prouči teoretična izhodišča vzpostavljanja kolektivnih blagovnih znamk in analizira znamki Bohinjsko in Dobrote Dolenjske. Na koncu oblikuje priporočila za razvoj in trženje ponudbe pod kolektivno blagovno znamko. |

| | | | | |
|-----|---|---------------------|--|---|
| 38. | Analiza učinkovitosti destinacijskega managementa: primer destinacije x | TANJA LEŠNIK ŠTUHEC | DESTINACIJSKI MANAGEMENT | Študent(ka) poda teoretična izhodišča učinkovitega destinacijskega managementa. Na primeru izbrane destinacije predstavi razvoj DMO po vnaprej postavljenih merilih. Na koncu oblikuje priporočila za učinkovit DM. |
| 39. | Proučitev Zelene sheme slovenskega turizma - Green destination: primer zelene destinacije x | TANJA LEŠNIK ŠTUHEC | DESTINACIJSKI MANAGEMENT | Študent(ka) predstavi »Zelena shema slovenskega turizma«, ki sloni na evropskih (ETIS) in globalnih (GSTC) kriterijih ter priporočili uporabe GSTR orodij za merjenje uspešnosti na področju uvajanja zelenega delovanja. Temo podkrepi s proučitvijo zelene destinacije po prepoznanih kriterijih. |
| 40. | Vključevanje glamuroznih kampov v zeleno ponudbo slovenskega turizma: primerjava glamuroznih kampov x in y | TANJA LEŠNIK ŠTUHEC | DESTINACIJSKI MANAGEMENT | Študent(ka) predstavi trende glamuroznega kampiranja ter vključevanja glamuroznih kampov v destinacijske zgodbe. Po vnaprej postavljenih merilih predstavi značilnosti vključevanja dveh kampov v destinacijsko zgodbo. |
| 41. | Domačini in turisti – sodelovanje ali konflikt | MLADEN KNEŽEVIČ | SOCIOLOGIJA TURIZMA | Študent(ka) izvede kvalitativno ali kvantitativno raziskavo. Lahko uporabi tehniko pogovora s sodelujočim, ali pa merske instrumente kot so različne oblike anket. |
| 42. | Odnosi sodelovanja in odnosi nasprotovanja med zaposlenimi v hotelu | MLADEN KNEŽEVIČ | SOCIOLOGIJA TURIZMA | Študent(ka) izvede kvalitativno ali kvantitativno raziskavo. Lahko uporabi tehniko pogovora s sodelujočim, ali pa merske instrumente kot so različne oblike anket. |
| 43. | Pomebnost turističnega vodnika kot dejavnika turističnega potovanja | MLADEN KNEŽEVIČ | SOCIOLOGIJA TURIZMA | Študent(ka) izvede kvalitativno ali kvantitativno raziskavo. Lahko uporabi tehniko pogovora s sodelujočim, ali pa merske instrumente kot so različne oblike anket. |
| 44. | Interpretacija turističnih vodnikov: spletni ponudniki avdio interpretacije | MAJA TURNŠEK HANČIČ | Marketing in raziskave turističnih trgov | Študent(ka) analizira trend spletnih ponudnikov avdio interpretacije in analizira njihovo ponudbo ter zadovoljstvo uporabnikov s ponudbo |
| 45. | Zgodbe turistov: spominjanje turističnih doživetij | MAJA TURNŠEK HANČIČ | Psihologija porabnikov v turizmu | Študent(ka) analizira teoretsko področje pripovedovanja zgodb s strani turistov, opredeli osrednje koncepte za analizo in izvede poglobljene intervjuje s turisti |
| 46. | Čez »past zadovoljstva«: pozitivni učinki potovanj | MAJA TURNŠEK HANČIČ | Psihologija porabnikov v turizmu, Marketing in raziskave turističnih trgov | Študent/ka pregleda literaturo o učinkih potovanj, si izbere enega ali več učinkov, sestavi model odvisnih in neodvisnih spremenljivk in hipoteze analizira s pomočjo (spletne) ankete na večjem vzorcu |
| 47. | Kje so meje etičnosti? Oglaševanje in turistično pisanje | MAJA TURNŠEK HANČIČ | Komuniciranje in etika v turizmu | Študent/ka se seznani z etičnimi kodeksi, teoretskimi opredelitvami in poprejšnjimi raziskavami o prepletanju promocije in novinarstva in izvede analizo besedil izbranih turističnih medijev |