

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

zap. št.	NASLOV TEME	MENTOR	DIPLOMSKI PREDMET	OPOMBE
1.	Uporaba mobilnih tehnologij na spletnih portalih nacionalnih turističnih zvez	BOŠTJAN BRUMEN	INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE V TURIZMU	Študent(ka) pregleda portale nacionalnih turističnih zvez na področju EU (ali ustreznega drugega seznama držav) in preveri razširjenost uporabe teh tehnologij v okviru turistične promocije.
2.	Penetracija novih tehnologij v turističnem sektorju	BOŠTJAN BRUMEN	INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE V TURIZMU	Študent(ka) izbere določen pod-sektor v turizmu (horizontalni in/ali vertikalni) in preuči, koliko ponudniki v tem segmentu uporabljajo najnovejše tehnologije, ki so na voljo za promocijo in/ali izvedbo prodajnega kanala.
3.	Uporaba in vrednotenje YouTube posnetkov v namene promocije in trženja	BOŠTJAN BRUMEN	INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE V TURIZMU	Študent(ka) izbere določen pod-sektor v turizmu (horizontalni in/ali vertikalni) in preuči, koliko ponudniki v tem segmentu uporabljajo YouTube kot kanal za promocijo in trženje svoje ponudbe.
4.	Analiza in predlogi za strateški razvoj izbrane turistične v sloveniji oziroma v tujini	MARKO KOŠČAK	ORGANIZACIJA IN UPRAVLJANJE TURISTIČNIH DESTINACIJ	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja v izbrani destinaciji in na podlagi le-te pripravi predloge za strateški razvoj iste, po metodologiji projektnega management (PCM).
5.	Načrtovanje destinacijskega produkta na področju naravne in kulturne dediščine	MARKO KOŠČAK	ORGANIZACIJA IN UPRAVLJANJE TURISTIČNIH DESTINACIJ	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja naravne in kulturne dediščine v izbrani destinaciji in na podlagi le-te pripravi predloge za razvoj produktov naravne in kulturne dediščine oziroma oblikovanje destinacijskega produkta na področju NKD (po metodologiji projektnega managementa - PCM).
6.	Pomen dogodkov/žive dediščine za ustvarjanje imaga v izbrani turistični destinaciji – primerjava z izbranim primerom dobre prakse	MARKO KOŠČAK	ORGANIZACIJA IN UPRAVLJANJE TURISTIČNIH DESTINACIJ	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja na področju izvajanja dogodkov/prireditev v izbrani destinaciji in na podlagi le-te pripravi predloge za strateški razvoj iste, po metodologiji projektnega management (PCM).
7.	Izzivi vzpostavitve učinkovitega javno-zasebnega partnerstva za uspešno delovanje dmo	MARKO KOŠČAK	ORGANIZACIJA IN UPRAVLJANJE TURISTIČNIH DESTINACIJ	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja na področju organiziranosti in izvajanja upravljanja DMO v izbrani destinaciji in na podlagi le-te pripravi predloge za strateški razvoj iste, po metodologiji projektnega management (PCM).
8.	Produkti trajnostnega turizma – analiza in oblikovanje strateških usmeritev na izbrani lokaciji oziroma območju	MARKO KOŠČAK	TRAJNOSTNO IN DRUŽBENO ODGOVORNI TURIZEM	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja produktov trajnostnega turizma v izbrani destinaciji in na podlagi le-te pripravi predloge za strateški razvoj iste, po metodologiji projektnega management (PCM).
9.	Kritična analiza in valorizacija kriterijev in indikatorjev trajnostnega in odgovornega razvoja - aplikacija v konkretni lokaciji oziroma na območju ?	MARKO KOŠČAK	TRAJNOSTNO IN DRUŽBENO ODGOVORNI TURIZEM	Študent(ka) izvede kritično analizo in valorizacijo kriterijev ter indikatorjev trajnostnega razvoja ter njihovo aplikacijo in predlog strateškega delovanja v izbranem območju oziroma na izbrani lokaciji - (po metodologiji projektnega managementa - PCM).
10.	Pomen in vloga odgovornega managementa na področju upravljanja s trajnostnimi turističnimi potenciali in viri v izbrani destinaciji, na območju oziroma lokaciji – benchmarking analiza z izbranim primerom dobre prakse	MARKO KOŠČAK	TRAJNOSTNO IN DRUŽBENO ODGOVORNI TURIZEM	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja na področju izvajanja odgovornega managementa oziroma upravljanja s trajnostnimi turističnimi potenciali in viri v izbrani destinaciji in na podlagi le-te pripravi predloge za strateški razvoj iste, po metodologiji projektnega management (PCM).
11.	Vpliv posodabljanja prometne signalizacije v mestnih jedrih na vedenje turistov	ANDREJ LISEC	LOGISTIKA TURISTIČNIH SISTEMOV	V večjih slovenskih mestih v namene izboljšanja varnosti kolesarjev in pešcev, občine posodablja prometno signalizacijo. Novo obarvani ločilni pasovi, prehodi za pešce in kolesarske steze povzročajo različne odzive domačega prebivalstva; veliko izmed njih pa je takšnih, ki namena nove signalizacije ne poznajo. Kakšen je pa odziv turistov? Ali ima »drugačna« prometna signalizacija kakršenkoli vpliv na njihovo vedenje? Ali turisti sploh vedo, kaj takšna signalizacija pomeni?
12.	Mednarodni turizem kot možni najboljši način spoznavanja novih kultur in destinacij	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNO TURISTIČNO POSLOVANJE	Študent(ka) na podlagi primera izbrane tuje (tujih) destinacij opravi načeloma kvalitativno raziskavo v kontekstu polemiziranja o mednarodnem turizmu kot možnemu najboljšemu načinu spoznavanja novih kultur in destinacij.
13.	Pomen kulturnih in/ali zgodovinskih atrakcij pri trženju turističnih storitev na mednarodnih trgih	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNO TURISTIČNO POSLOVANJE	Študent(ka) na podlagi primera izbrane tuje (tujih) destinacij opravi načeloma kvantitativno raziskavo v kontekstu primerjalne analize pomena kulturnih in/ali zgodovinskih atrakcij pri trženju turističnih storitev na mednarodnih trgih.
14.	Pomen trženja turističnih storitev (za turistično podjetje ali destinacijo) na mednarodnih trgih	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNO TURISTIČNO POSLOVANJE	Študent(ka) na podlagi primera izbranega podjetja (ali destinacije) analizira pomen trženja turističnih storitev (za turistično podjetje ali destinacijo) na mednarodnih trgih. Raziskava lahko bistveno pripomore k uspešnosti poslovanja izbranega podjetja ali pri promoviranju in trženju določene (izbrane) destinacije.
15.	Analiza zadovoljstva obiskovalcev s storitvijo posameznega, poljubno izbranega (študent(ka) izbere sam-a) turističnega ponudnika	BORUT VOJINOVIČ	PROJEKTIRANJE IN INVESTIRANJE V TURIZMU	Študent(ka) s pribiranjem in obdelavo podatkov lahko izvede kvantitativno raziskavo navedene tematike in na ta način pomaga podjetju/destinaciji/managementu z ugotovitvami svoje analize in jim na tak način lahko ponudi tudi svoje znanje.

16.	Analiza trženjskega spleta izbranih (študent(ka) izbere sam-a) turističnih ponudnikov	BORUT VOJINOVIČ	PROJEKTIRANJE IN INVESTIRANJE V TURIZMU	Študent(ka) s pribiranjem in obdelavo podatkov izvede kvantitativno raziskavo trženjskega spleta (4P = storitev, cena, promocija in pozicioniranje) izbranega ponudnika in na ta način pomaga managementu z ugotovitvami svoje analize in jim na tak način lahko ponudi tudi svoje znanje.
17.	Trajnostni razvoj turizma na poljubno izbrani (študent(ka) izbere sam-a) turistični destinaciji	BORUT VOJINOVIČ	PROJEKTIRANJE IN INVESTIRANJE V TURIZMU	Študent(ka) na področju trajnostnega turizma izvede načeloma kvantitativno raziskavo navedene tematike v povezavi z deležniki in stebri trajnostnega razvoja. S tako izvedeno raziskavo se študent(ka) lahko poskuša profilirati v lokalnem javnem in zasebnem poslovnem okolju.
18.	Načrtovanje mednarodnega trženjskega spleta s pomočjo segmentacije (razčlenitve) tujega trga	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNI MENEDŽMENT V TURIZMU	Študent(ka) na podlagi primera izbranega tujega (tujih) trga-destinacije opravi načeloma kvantitativno raziskavo v kontekstu načrtovanja mednarodnega trženjskega spleta s pomočjo segmentacije (razčlenitve) tujega trga. Rezultati raziskave so lahko v bistveno pomoč vsem turističnim podjetjem in destinacijam, ki so orientirane na tuje trge.
19.	Pomen (za podjetje ali destinacijo) in vloga raziskav mednarodnih trgov (po lastnem izboru) v potovalni dejavnosti (t.i. travel research)	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNI MENEDŽMENT V TURIZMU	Študent(ka) na podlagi izbrane destinacije ali turističnega podjetja pokaže na ključno vlogo in dobrobiti raziskovanja tujih turističnih trgov in vpliv rezultatov takšnih analiz na uspešnost poslovanja turističnih podjetij ali uveljavljenost turističnih destinacij. Rezultati raziskave so lahko v bistveno pomoč vsem turističnim podjetjem in destinacijam, ki so orientirane na tuje trge.
20.	Pomen širitve in razvoja trženjskega spleta (iz 4P na 7P) na izbranih mednarodnih trgih (za turistično podjetje ali destinacijo)	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNI MENEDŽMENT V TURIZMU	Študent(ka) na podlagi primera izbranega tujega (tujih) trga-destinacije opravi načeloma kvantitativno raziskavo razširitve mednarodnega trženjskega spleta iz 4P (storitev, cena, promocija in pozicioniranje) na 7P (4P + procesi, ljudje, okolje) v kontekstu načrtovanja mednarodnega trženjskega. Rezultati raziskave so lahko v bistveno pomoč vsem turističnim podjetjem in destinacijam, ki so orientirane na tuje trge.
21.	Tehnike raziskovanja v turističnih raziskavah	MLADEN KNEŽEVIČ	METODE DRUŽBOSLOVNEGA RAZISKOVANJA	Študent(ka) na temelju vpogleda v literaturo naredi sistematičen pregled raziskovalnih tehnik uporabljenih v raziskovanjih na področju turistične dejavnosti
22.	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 merseke instrumente kot so različne oblike anket.
23.	Odnosi sodelovanja in odnosi nasprotovanja med zaposlenimi v	MLADEN KNEŽEVIČ	SOCIOLOGIJA TURIZMA	Študent(ka) izvede kvalitativno ali kvantitativno raziskavo. Lahko uporabi tehniko pogovora s
24.	Pomebnost turističnega vodnika kot dejavnika turističnega	MLADEN KNEŽEVIČ	SOCIOLOGIJA TURIZMA	Študent(ka) izvede kvalitativno ali kvantitativno raziskavo. Lahko uporabi tehniko pogovora s
25.	Proučitev Zelene sheme slovenskega turizma - Green destination: primerjava vsaj dveh zelenih destinacij	TANJA LEŠNIK ŠTUHEC	ZELENI TURIZEM	Študent(ka) predstavi »Zelena shema slovenskega turizma«, ki sloni na evropskih (ETIS) in globalnih (GSTC) kriterijih ter priporočilni uporabi GSTR orodij za merjenje uspešnosti na področju uvajanja zelenega delovanja. Temo podkrepri s proučitvijo vsaj dveh slovenskih zelenih destinacij po prepoznanih kriterijih.
26.	Proučitev Zelene sheme slovenskega turizma – Green Accommodation: primerjava nastanitvenih obratov x in y	TANJA LEŠNIK ŠTUHEC	ZELENI TURIZEM	Študent(ka) prouči Zelena shema slovenskega turizma – Green Accommodation - za prenočitvene obrate in analizira uvedbo sheme v dveh podobnih izbranih prenočitvenih obratih. Na koncu poda ugotovitve, ki lahko pomagajo drugim prenočitvenim obratom pri odločitvi za vključitev v zelena shema.
27.	Vključevanje glamuroznih kampov v zelena ponudbo slovenskega turizma: primerjava vsaj treh glamuroznih kampov	TANJA LEŠNIK ŠTUHEC	ZELENI TURIZEM	Študent(ka) predstavi trende glamuroznega kampiranja ter vključevanja glamuroznih kampov v destinacijske zgodbe. Po vnaprej postavljenih merilih predstavi značilnosti vsaj treh kampov ter razvije priporočila za učinkovito vključevanje v destinacijo.
28.	TripAdvisor – politična ekonomija	MAJA TURNŠEK HANČIČ	Mediji in turizem	Študent(ka) izvede kvalitativno analizo poslovnega modela TripAdvisor (prihodkovnih kanalov) in tega, kako se izkoriščanje prihodkovnih kanalov preslikava v nagovarjanje ponudnikov in turistov.
29.	Oblikovanje zgodb v namen turistične promocije (končni naslov se določi v skladu z dogovorom s študent/ko, to je le področje)	MAJA TURNŠEK HANČIČ	Mediji in turizem, Marketing in raziskave turističnih trgov	Študent(ka) izvede primerjalno analizo turistične promocije na izbranih primerih (v skladu z lastnimi interesi). Pred tem si izbere osrednji teoretski koncept ali koncepte, ki ji/mu bodo služili kot kriteriji primerjave (npr. oblikovanje zgodb, segmentacija, nakupni proces gosta in kanali komuniciranja).
30.	Oblikovanje zgodb v turizmu: raven oblikovanja turističnega produkta (končni naslov se določi v skladu z dogovorom s študent/ko)	MAJA TURNŠEK HANČIČ	Mediji in turizem	Študent(ka) si izbere osrednji teoretski koncept, ki ga želi analizirati v razmerju do zgodbarjenja in oblikovanja turističnih produktov (npr. avtentičnost, fikcija, motivacija, filmski turizem ipd.) in ga potem analizira na konkretnih primerih iz industrije.