

## RAZPISANE TEME DIPLOMSKIH DEL V ŠTUDIJSKEM LETU 2018/2019 - MAGISTRSKI PROGRAM TURIZEM

NASLOV TEME	MENTOR	DIPLOMSKI PREDMET	OPOMBE
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).
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).
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).
CELOSTNI RAZVOJ PODEŽELJA IN OBNOVA VASI – ANALIZA IN OBLIKOVANJE STRATEŠKIH USMERITEV NA IZBRANI LOKACIJI OZIROMA OBMOČJU	MARKO KOŠČAK	RAZVOJ PODEŽELJA	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja izbranega podeželskega območja in na podlagi le-te pripravi predloge za strateški razvoj iste, po metodologiji projektnega management (PCM).
KRITIČNA ANALIZA IN VALORIZACIJA EU PROGRAMA CLLD (COMMUNITY LED LOCAL DEVELOPMENT) - APLIKACIJA V KONKRETNI LOKACIJI OZIROMA NA OBMOČJU	MARKO KOŠČAK	RAZVOJ PODEŽELJA	Študent(ka) izvede kritično analizo in valorizacijo (na podlagi izbranih kriterijev ter indikatorjev) CLLD razvoja ter njihovo aplikacijo in predlog strateškega delovanja v izbranem območju oziroma na izbrani lokaciji - (po metodologiji projektnega managementa - PCM).
POMEN IN VLOGA ODGOVORNEGA MANAGEMENTA NA PODROČJU CELOSTNEGA RAZVOJA PODEŽELJA S FOKUSOM NA UPRAVLJANJU S TRAJNOSTNIMI TURISTIČNIMI POTENCIALI IN VIRI V IZBRANI DESTINACIJI, NA OBMOČJU OZIROMA LOKACIJI – BENCHMARKING ANALIZA Z IZBRANIM PRIMEROM DOBRE PRAKSE	MARKO KOŠČAK	RAZVOJ PODEŽELJA	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo stanja na področju izvajanja odgovornega managementa podeželskega območja s poudarkom na upravljanju 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).
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 priporočilih uporabe GSTR orodij za merjenje uspešnosti na področju uvajanja zelene delovanja. Temu podkrepri s proučitvijo vsaj dveh slovenskih zelenih destinacij po prepoznanih kriterijih.
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.
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 vnaprejši postavljenih merilih predstavi značilnosti vsaj treh kampov ter razvije priporočila za učinkovito vključevanje v destinacijo.
Uporaba (ali: YouTube posnetkov ali Instagram fotografij) za promocijo turistične destinacije: primerjava med državo X in državo Y	BOŠTJAN BRUMEN	INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE V TURIZMU / ANALIZA PODATKOV	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo YouTube/Instagram posnetkov, ki jih izbrani (primerljivi) državi uporabljata za promocijske namene in poskuša ugotoviti, ali obstajajo korelacije med kakovostjo in količino posnetkov na eni strani in glavnimi turističnimi kazalniki na drugi strani
Analiza regijskih strategij pametnih specializacij v povezavi s turizmom	BOŠTJAN BRUMEN	INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE V TURIZMU / ANALIZA PODATKOV	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo pojavljanja besede »turizem« v strategijah pametnih specializacij ( <a href="http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/">http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/</a> )
Dostopnost spletnih strani za mobilne naprave v izbranem sektorju	BOŠTJAN BRUMEN	INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE V TURIZMU / ANALIZA PODATKOV	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo, kako so spletne strani dostopne za goste, ki uporabljajo zgolj mobilno napravo (mobilni telefon, tablica) v najmanj dveh izbranih državah v izbranem sektorju (npr. počitniški kampi; avtodomi, itd.)
Skupna izhodišča za strateški razvoj turizma v malih občinah	MARIJKA RANGUS	POLITIČNI VIDIKA TURIZMA	
Management vrednot in spremembe v kadrovanju na delovnem mestu	MITJA GORENAK	ČLOVEŠKI KAPITAL V TURIZMU	Študent(ka) pripravi teoretični pregled koncepta managementa vrednot. V izbrani organizaciji izvede anketiranje med zaposlenimi in opredeli vrednote posameznika in organizacije. S poznavanjem koncepta predlaga spremembe na področju vodenja organizacije.
Vpeljava koncepta učeče se organizacije v turistično podjetje	MITJA GORENAK	ČLOVEŠKI KAPITAL V TURIZMU	Študent(ka) pripravi teoretični pregled koncepta učeče se organizacije. Analizira strukturo proučevane organizacije in skozi raziskavo analizira stanje na izbranem področju. Na podlagi rezultatov predlaga spremembe.
(MAG) REPREZENTACIJA AVTENTIČNOSTI DESTINACIJE V TURISTIČNEM DISKURZU (Po dogovoru s študentom je mogoča tudi kakšna druga tema.)	JASNA POTOČNIK TOPLER	ANGLEŠKI JEZIK – VIŠJA RAVEN 1;	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo izbranih virov turističnega diskurza (npr. spletne strani/ turističnega vodnika/ brošure itd.), ki opisujejo destinacijo in poskuša ugotoviti, kakšni atributi so v analiziranih besedilih pripisani destinaciji in s kakšnimi tehnikami ter jezikovnimi sredstvi je to doseženo.
(MAG) ANALIZA TURISTIČNEGA DISKURZA: PRIMERJAVA REPREZENTACIJE DESTINACIJE X IN DESTINACIJE Y	JASNA POTOČNIK TOPLER	ANGLEŠKI JEZIK – VIŠJA RAVEN 1; ANGLEŠKI JEZIK – VIŠJA RAVEN 2	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo izbranih virov turističnega diskurza (npr. spletne strani/ turističnega vodnika/ brošure itd.), ki opisujejo destinacijo X in destinacijo Y ter v analiziranih besedilih primerja destinacijama pripisane značilnosti ter tehnike in jezikovna sredstva, s katerimi so značilnosti v diskurzu dosežene.
(MAG) ANALIZA MEDIJSKEGA DISKURZA: REPREZENTACIJA TURISTIČNE DESTINACIJE X V MEDIJIH	JASNA POTOČNIK TOPLER	ANGLEŠKI JEZIK – VIŠJA RAVEN 1; ANGLEŠKI JEZIK – VIŠJA RAVEN 2	Študent(ka) izvede kvalitativno in kvantitativno raziskavo izbranih virov medijskega diskurza (npr. časniki, spletni mediji itd.), ki poročajo o destinaciji X ter v medijskih objavah analizira format, stil, obseg, jezikovna sredstva itd., ki so uporabljeni za medijsko predstavitev destinacije.
(MAG) JEZIKOVNI TURIZEM (analiza jezikovnega turizma kot podtipa kulturnega turizma na primeru posamezne agencije ali posamezne destinacije)	JASNA POTOČNIK TOPLER	ANGLEŠKI JEZIK – VIŠJA RAVEN 1; ANGLEŠKI JEZIK – VIŠJA RAVEN 2	Študent(ka) opravi pregled literature na področju kulturnega in jezikovnega turizma, izvede kvalitativno in kvantitativno (npr. metoda delno strukturiranih intervjujev, pridobivanje podatkov z vprašalniki, analiza vsebine itd.) raziskavo v agenciji, ki se ukvarja z jezikovnim turizmom, ali na študent predstavi določeno destinacijo jezikovnega turizma.
Gostoljubje kot emocionalno delo: zahteve slovenskih hotelierjev	MAJA TURNŠEK	Metode znanstveno-raziskovalnega dela	Raziskovalna vprašanja: Kako slovenski hotelierji razumejo koncept gostoljubja, kakšne zahteve po emocionalnem delu pričakujejo od zaposlenih, na kakšne načine usmerjajo emocionalno delo zaposlenih in katere neodvisne spremenljivke na to vplivajo?

			Metoda: poglobljeni intervjuji in anketa z vodstvenim kadrom slovenskih hotelov
Oblikovanje izkušnji: primer visoko-tehnološkega agroturizma v Evropi	MAJA TURNŠEK	Mediji in turizem	Raziskovalna vprašanja: 1. Katere prakse visoko-tehnološkega agroturizma poznamo v Evropi. 2. Kako izbrani primeri vključujejo principe oz. dimenzije oblikovanja izkušnji, ter 3. kako to preslikajo v svojo promocijo. 4. Kako se gostje izbranih primerov odzivajo na različne dimenzije oblikovanja izkušnji ter 5. katere neodvisne spremenljivke na to vplivajo?
			Metode: Študije primerov, spletna anketa med gosti
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.
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.
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.
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.
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.
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.
Načrtovanje mednarodnega trženjskega spleta s pomočjo segmentacije (razčlenitve) tujega trga	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNI MENEŽMENT V TURIZMU	Študent(ka) na podlagi primera izbranega tujega (tujih) trga-destinacije opravi načeloma kvantitativno raziskavo v kontekstu načrtovanje 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.
Pomen (za podjetje ali destinacijo) in vloga raziskav mednarodnih trgov (po lastnem izboru) v potovalni dejavnosti (t.i. travel research)	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNI MENEŽMENT 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.
Pomen širitve in razvoja trženjskega spleta (iz 4P na 7P) na izbranih mednarodnih trgih (za turistično podjetje ali destinacijo)	BORUT VOJINOVIČ	MEDNARODNI MENEŽMENT 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 načrtovanje mednarodnega trženjskega. Rezultati raziskave so lahko v bistveno pomoč vsem turističnim podjetjem in destinacijam, ki so orientirane na tuje trge.