

*Ovde unesite naziv Vase škole , na primer Elektrotehnička škola Nikola Tesla,
Zrenjanin

SEMINARSKI RAD

Tema: Finansijsko upravljanje u turističkim agencijama

Profesor-mentor:
*ime mentora

Učenik:
*Vase ime, razred

Novembar, 2009.

1 Uvod

Upravljanje je umeće da se određena zamisao obavi preko ljudi. Poseban značaj upravljanju daje preduzeće – kao “lukrativna” organizacija.

Upravljanje koje je zastupljeno u preduzeću naziva se “poslovno upravljanje”.

Šira definicija upravljanja (menadžmenta) : *“Upravljanje predstavlja proces planiranja, organizovanja, vođenja i kontrole finansijskih, fizičkih, ljudskih i informacionih resursa preduzeća da bi se (sa i preko ljudi) obezbedilo efektivno i efikasno ostvarivanje ciljeva preduzeća u promenljivoj sredini”.*

Finansijsko upravljanje je deo ukupnog upravljanja preduzećem.

TURISTIČKIM RESURSIMA smatraju se ona sredstva koja se mogu proizvesti korisnoj svrsi turizma nekog područja.

Svaka turistička atrakcija je turistički resurs, ali svaki turistički resurs ne mora biti turistička atrakcija. Na taj način se iz turističke osnove izostavlja većina neatrakcijskih resursa o kojima ovisi razvoj turizma određenog kraja.

Autropogeni turistički resursi mogu biti: KULTURNO-ISTORIJSKI; UMETNIČKI ; AMBIJENTALNI

TURISTIČKA ATRAKCIJA OSNOVA temeljni je deo celokupne turističke osnove koju čini skup potencijalnih realnih turističkih atrakcija svake turističke destinacije, mesta i kraja, regije, države i kontinenta.

Tipologije atrakcija znatno se razlikuju zavisno o tome koriste li se za potrebe marketinga ili planiranje. Niti jedno mjesto, znamenitost ili događaj nisu atrakcije same po sebi. Postaju atrakcije tak kada ih turistički sistem stvori, označi i uzdigne do statusa atrakcije.

Turističke atrakcije su najvažniji deo turističkog proizvoda, one ga čine zanimljivim i privlačnim.

2 Podela turističkih resursa

primarne - one koje stvaraju osnovnu motivaciju da se posete i dožive te atrakcije
sekundarne - one koje imaju turističku privlačnost, ali ne takvu da bi neko isključivo radi njih posetio kraj i mesto gde se te atraktivnosti nalaze.

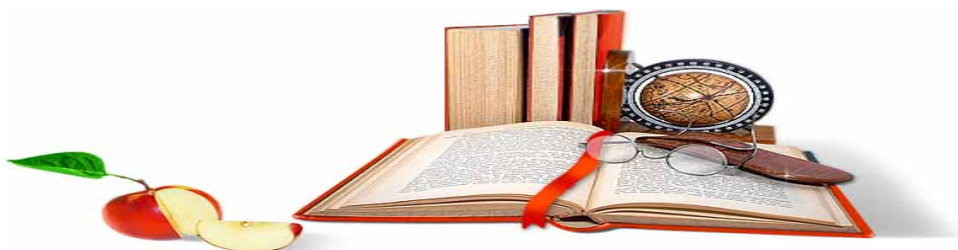
Nakon što se izvrši analiza tržišta i konkurencije, potrebno je izvršiti i analizu internih resursa turističke destinacije. Ta analiza bi trebala utvrditi stanje resursa a to znači sagledavanje slabih i jakih tačaka svih delatnosti koje učestvuju u turističkoj ponudi u turističkoj destinaciji.

U pružanju usluga smještaja, prehrane, prevoza, zabave, rekreacije, kulturno - istorijskih spomenika, itd. učestvuju brojne djelatnosti kao što su ugostiteljstvo, saobraćaj, trgovina, turističke agencije, razvoj turizma. U svim područjima koja imaju resurse mogu se pronaći prednosti i nedostaci koje analiza mora otkriti koristeći marketinške tehnike, posebno SWOT analizu.

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com