

RAZPISANE TEME DIPLOMSKIH DEL V ŠTUDIJSKEM LETU 2017/2018 - UNIVERZITETNI PROGRAM TURIZEM

zap. št.	NASLOV TEME	MENTOR	DIPLOMSKI PREDMET	OPOMBE
1.	Nobody wants to be a loser: The role of escape-room game masters in creating a pleasurable experience of gamified tourism products	MAJA TURNŠEK HANČIČ	PSIHOLOGIJA PORABNIKOV V TURIZMU	Gamification is becoming an important tourism product design mantra, yet there are still many facets of gamification that are left unknown. Specifically, one of the main challenges of gamification in tourism is assuring the right balance between competitiveness of the participants and their insecurity in terms of »feeling like a loser« if they do not manage to successfully complete the game. Escape rooms as currently one of the most popular forms of gamification in tourism have developed the role of the game-masters: mentors that usually via video monitoring follow the progress of the group and help them with more or less subtle clues and tricks that in the end result into the participants successfully »winning« the game and thus feeling more satisfied and connected as a team. The aim of this research is to, via participant observation and in-depth interviews, analyse the role of the game-masters, their tactics and leadership skills that are in the long term useful also for other forms of gamifications in tourism specifically, and mentorship skills more generally.
2.	Mediatizacija turizma (širše področje, konkretizacija teme in končni naslov po dogovoru)	ANDREJA TRDINA	MEDIJSKA KULTURA IN TURIZEM	Študent(ka) konkretizira raziskovalno vprašanje in opredeli osrednji teoretski okvir (npr. reprezentacija, filmski turizem, konstrukcija prostora, avtentičnost, medijska konvergenca, krogotok turizma ipd.). Na tem izhodišču in s ciljem osvetliti preplet medijskih in turističnih praks v sodobni družbi opravi empirično študijo (npr. diskurzi o turistih v informativnih žanrih, medijska konstrukcija podobe destinacije, TV serije/film in konstrukcija turističnega pogleda, mediatizacija turističnih izkušenj na socialnih omrežjih ipd.).
3.	'Smartifikacija' turističnih praks: digitalne medijske platforme in preoblikovanje turistične izkušnje (širše področje, konkretizacija teme in končni naslov po dogovoru)	ANDREJA TRDINA	MEDIJSKA KULTURA IN TURIZEM	Študent(ka) obravnava implikacije, ki jih transformacije medijske potrošnje in digitalizacija vsakdanjega življenja prinašajo za turizem - raba digitalnih medijev, mobilno komuniciranje in preoblikovanje vedenja in vzorcev interakcij v turizmu. Konkretizacije teme: npr. fenomen couchsurfinga in 'online-to-offline hospitality', raba mobilnih aplikacij in preoblikovanje turističnih izkustev, spletne skupnosti in oblika družbenosti, ki jih te omogočajo, popotniški selfiji ipd. Študent(ka) izpelje kvalitativno ali kvantitativno raziskavo o izbranem raziskovalnem problemu.
4.	Turizem, družbena neenakost in simbolno razmejevanje (širše področje, konkretizacija teme in končni naslov po dogovoru)	ANDREJA TRDINA	MEDIJSKA KULTURA IN TURIZEM	Študent(ka) opredeli osrednje teoretske koncepte in naslovi vprašanje zveze med družbenim razredom (tudi kulturnim kapitalom) in (turistično) potrošnjo. S kvalitativno empirično študijo raziše vlogo turističnih praks v praksah kulturnih distinkcij in identificira strategije simbolnega razmejevanje na področju turizma ali s kvantitativno raziskavo pripravi tipologijo turističnih kulturnih profilov (vzorci preferenc in praks v turizmu) z opisom njihovega družbenega značaja
5.	Primerjava prikaza turizma v filmu x in filmu y –VS in UN	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.
6.	Prikaz Sevnice v tujih časnikih v obdobju predsedniških volitev 2016 v ZDA –VS in UN	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.
7.	Temačna dediščina (kraji in zgodbe) kot osnova za razvoj temačnega turizma (na izbranem območju)	KUŽNIK LEA	SLOVENSKA KULTURNA DEDIŠČINA IN TURIZEM	Študent(ka) izvede kvalitativno raziskavo temačne dediščine na izbranem območju in ugotavlja na kakšen način jo lahko vključimo v aktualno turistično ponudbo.
8.	Šege in navade ob koledarskih, osebnih praznikih na izbranem območju ter možnosti vključevanja v turistično ponudbo	KUŽNIK LEA	SLOVENSKA KULTURNA DEDIŠČINA IN TURIZEM	Študent(ka) izvede kvalitativno raziskavo šeg in navad na izbranem območju in ugotavlja na kakšen način jih lahko vključimo v aktualno turistično ponudbo.
9.	Etično delovanje v turističnih organizacijah	MITJA GORENAK	ORGANIZIRANOST POSLOVANJA TURISTIČNEGA PODJETJA	Študent(ka) mora raziskati področje etičnosti v delovanju organizacij, prouči področje etičnih pravil, kodeksov in ugotovljenih kršitev, posebno pozornost namenja potencialnemu razvoju žvižgaštvu.
10.	Vrednote, poslanstvo, vizija – ključ uspeha turističnih organizacij	MITJA GORENAK	ORGANIZIRANOST POSLOVANJA TURISTIČNEGA PODJETJA	Študent(ka) analizira vrednote ali poslanstva ali vizije turističnih organizacij in ugotavlja povezanost med jasno izraženošjo le-teh ter uspešnostjo organizacij.

11.	Kompetenčni profil X v turizmu	MITJA GORENAK	MANAGEMENT ČLOVEŠKIH VIROV	Študent(ka) izbere posamezni poklic v turizmu, ki še nima narejenega kompetenčnega profila, pri tem predstavljajo omejitve poklici, ki že imajo urejene kompetenčne profile v RS, v diplomski nalogi zasnuje kompetenčni profil s pomočjo strukturiranih intervjujev.
12.	Relevantnost Herzbergove dvo-faktorske teorije v turistični organizaciji	MITJA GORENAK	MANAGEMENT ČLOVEŠKIH VIROV	Študent(ka) prouči področje motivacije s posebnim poudarkom na Herzbergovi dvo-faktorski teoriji, v empiričnem delu preverja ali teorija v izbrani turistični organizaciji drži ali ne. Pozor, študent(ka) si mora sam/a zagotoviti organizacijo v kateri bo izvedel/izvedla raziskavo pri tem velikost organizacije ne sme biti manjša od 30 zaposlenih!
13.	Zadovoljstvo obiskovalcev z organizacijo prireditve	MITJA GORENAK	MANAGEMENT PRIREDITEV	Študent(ka) si izbere posamezno prireditev in analizira zadovoljstvo obiskovalcev z organizacijskim vidikom prireditve. Pred tem pripravi teoretično podlago zadovoljstva obiskovalcev. Metoda merjenja – anketni vprašalnik.
14.	Vpliv mega prireditev na turistični razvoj destinacije – študija primera	MITJA GORENAK	MANAGEMENT PRIREDITEV	Študent(ka) analizira izbrano mega prireditev v kontekstu njenega dolgoročnega vpliva na razvoj turistične destinacije.
15.	Analiza glamuroznih kampov v Sloveniji –kako izpolnjujejo načela ekološkega poslovanja	TANJA LEŠNIK ŠTUHEC	TRAJNOSTNI RAZVOJ	Študent(ka) prouči teoretična izhodišča glamuroznih kampov, predstavi posamezne glamurozne kampe v Sloveniji in analizira kako le-ti pri svojem poslovanju izpolnjujejo načela ekološkega poslovanja. Na koncu oblikuje priporočila za ekološko poslovanje glamuroznih kampov v Sloveniji.
16.	Analiza Zelene sheme slovenskega turizma na primeru parkov/turističnih agencij	TANJA LEŠNIK ŠTUHEC	TRAJNOSTNI RAZVOJ	Študent(ka) prouči teoretična izhodišča zelenega poslovanja destinacij, predstavi Zeleno shemo slovenskega turizma s poudarkom na zelenem poslovanju parkov/turističnih agencij in analizira, kako parki/turistične agencije izpolnjujejo smernice le-te. Na koncu oblikuje priporočila za druge parke/turistične agencije, ki bi želele pristopiti v Zeleno shemo slovenskega turizma.
17.	Analiza slovenskih naravnih zdravilišč, ki so pristopila k Zeleni shemi slovenskega turizma	TANJA LEŠNIK ŠTUHEC	TRAJNOSTNI RAZVOJ	Študent(ka) prouči teoretična izhodišča zelenega poslovanja turističnega podjetja, zakonitosti poslovanja zdraviliških in velneških centrov, predstavi Zeleno shemo slovenskega turizma za nastanitvene obrate, predstavi slovenska naravna zdravilišča, ki so pristopila v Zeleno shemo slovenskega turizma in analizira kako izpolnjujejo svoje poslanstvo. Na koncu oblikuje priporočila za zdravilišča, ki bi želela pristopiti v Zeleno shemo slovenskega turizma.
18.	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.
19.	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.
20.	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.