



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ"

2700 Благоевград, ул. Иван Михайлов, 66
Tel. + 359 /73/ 8855 01, Fax: + 359 /73/ 8855 16

E-mail: info@swu.bg
<http://www.swu.bg>

Катедра "Туризм" **Информационен пакет ECTS**

Специалност Туризм

Магистърска програма: Иновации и предприемачество в туризма

Обучението е предназначено за завършили ОКС "бакалавър" / "магистър" в професионални направления различни от 3.9. Туризм.

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОГРАМАТА

Настоящата квалификационна характеристика отразява обхвата и нивото на професионалните знания и умения, които трябва да придобият завършилите магистърска степен по програма „Иновации и предприемачество в туризма”, както и областите на тяхната бъдеща професионална реализация.

Организацията на обучението по учебен план е съобразена с изискванията на съвременния пазар на труда и има за основна цел да подготви конкурентноспособни, висококвалифицирани специалисти в туристическата индустрия.

Обучението за придобиване на професионална квалификация по “Иновации и предприемачество в туризма” в образователно-квалификационна степен “Магистър” се осъществява в рамките на професионално направление 3.9 Туризм. Съобразено е със спецификата на туристическата индустрия и предизвикателствата пред предприемаческите инициативи в национален, регионален и международен план.

Завършилите магистърската програма по „Иновации и предприемачество в туризма” получават ключови знания, умения и управленски компетенции в практическото реализиране на различни предприемачески подходи. Фокусът е поставен върху усвояване на устойчиви бизнес модели и предприемаческо мислене, поведение и качества, способстващи реализацията на успешни предприемачески инициативи.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Целта на обучението е да подготви специалисти за професионална изява в областта на предприемачеството, притежаващи иноваторски дух и инициативност.

Магистърската програма включва задължителна специализирана подготовка, избираеми и факултативни дисциплини, изучавани от обучаващите се. На тази база, има за задача да подготви висококвалифицирани, иновативни и конкурентноспособни специалисти в областта на предприемачеството, които да отговарят на технологичните промени и изисквания на бизнеса. За целите на обучението са привлечени и специалисти от практиката, които да предадат своя опит, умения и знания в подготовката на студентите.

В хода на обучението се възлагат практико-приложни проекти, които да допринесат за прилагане на придобитите знания и умения в практическа среда.

3. УСВОЕНИ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНТНОСТИ СЪГЛАСНО НАЦИОНАЛНАТА КВАЛИФИКАЦИОННА РАМКА

Знания

Магистърската програма по „ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ИНОВАЦИИ В ТУРИЗМА” предоставя знания за разбиране същността на предприемачеството, иновациите, и иновационните процеси в туризма. Завършилите магистърската програма притежават знания относно основните видове иновации в туристическата индустрия по отношение на конкретното и приложение и въздействието, което оказват върху промяната на потребителските навици. Те могат:

- да обясняват различните видове основни категории иновации;
- да обясняват и пресъздават основните функции на предприемаческата дейност в туризма;
- да изброяват и обясняват същността на отделните етапи в линейните, цикличните и обобщените иновационни процес;
- да обясняват същността на основните техники по генериране и подбор на иновационни идеи;
- да представят съдържанието, насочеността и предназначението на основните видове иновационни стратегии;
- да обясняват значението и приложното поле на управлението на риска в процесите на предприемаческата дейност и реализирането на иновационните проекти; генерирането и избора на иновационни идеи, планирането, организацията, контрола и мониторинга на иновационните процеси, както и мотивирането на персонала за тяхното провеждане;
- да познават процесите по предизвикване и управляване на промените в организацията, създаване на иновации и насочване на творческите и бизнес процесите

Умения

Завършилите магистърската програма притежават следните умения:

- Да реализират самостоятелна предприемаческа дейност (включително и функциите по цялостното управление, планиране, организация и контрол на собствен туристически бизнес), включително като формулират необходимите стратегически и оперативни цели и политики;
- Да имат способност за самостоятелно аналитично и критично мислене;
- Да генерират и/или да ръководят процеса по генериране и избор на идеи иновационни идеи, както самостоятелно, така и като ръководители на екипи;
- Да планират, организират и контролират бизнес процесите в техните организации;
- Отчитайки съответното ниво на риск да планират организират и осъществяват дейност по мониторинг и контрол на иновационните процеси/иновационните проекти;
- Да изработват маркетинг планове и маркетингови стратегии на бизнес организацията, в която работят или която ръководят;
- Да осъществяват самостоятелно или в екип или като ръководители на екип маркетингови проучвания и проучвания на мнението на потребителите;
- Да поддържат, следят и ако е необходимо да осъществяват изцяло бизнес кореспонденцията свързана с дейността на съответната бизнес организация в туризма;
- Да осъществяват и ако се наложи да ръководят изцяло процесите по набор, подбор, селекция и обучение на персонала в туристическото предприятие;
- Да съдействат, следят и контролират процесите по финансово и счетоводно управление туристическото предприятие, в което работят или което ръководят.
- Да прилагат наученото теоретично знание и споделен практически опит за решаване на проблеми на практиката.
- Да подготвят тематични анализи, диагностика на средата на организацията и на самата организация.
- Да формулират цели и стратегии, да изработват планове и да осъществяват различни видове контрол.
- Да осъществяват ефективна комуникация.
- Да планират и организират ефективно собствената си работа.
- Да могат да ползват разнообразни източници на информация и самостоятелно да работят с тях.

Компетентности

Характеристиките на компетентностите, които ще се усвояват са заложи в съответствие с изискванията на Европейската квалификационна рамка (ЕКР), Националната квалификационна рамка (НКР) и Европейската система за трансфер на кредити (ECTS) в съответствие с ниво 7 от ЕКР,

респективно ниво 7 от НКР. В своята съвкупност, завършилите, предлаганата магистърска програма следва да притежават следните компетенции:

- Да вземат самостоятелни решения относно основните стратегически цели на туристическото предприятие в което работят, включително по отношение на: избора на предлаганите туристически продукти и услуги; набора и подбора на персонала, целевите пазари и основните видове клиенти; цялостната иновационна политика, желаното и възможно качество на туристическите продукти и услуги и т.н.

- Да притежават капацитета за правилен и адекватен подбор на предлаганите туристически продукти и услуги спрямо потребностите и желанията на потребителите.

- Да притежава капацитет за свободно използване на чужд език за целите на писмената комуникация и бизнес кореспонденцията в туризма;

- Да изгражда в себе си и да развива на разностранна лична лингвистична компетентност, позволяваща бърза ориентация в динамиката на лексикалния състав на съответния език в сферите на туристическата и бизнес терминологията.

- Да притежава способност самостоятелно да изработва и предлага управленски решения по отношение на ежедневните бизнес операции и дейности на устойчивото развитие на туризма, както и за прилагане на законодателството за здраве и безопасност при труд, социална сигурност и защита на потребителите в съответствие с концепцията за устойчиво развитие в дейността на организацията.

- Да е в състояние да избира и прилага принципите на бизнес етиката и съществуващото международно, европейско и национално законодателство и регулация в сферата на туризма в вътрешните правила и нормативни документи на туристическите организации;

- Да притежава способността да се интегрира в екип и да притежава капацитета да сформира и организира екипи от хора за работа в сферата на малкия и среден бизнес и за реализацията на иновативни проекти;

- Да притежава капацитета да отговаря по подходящ начин на потребностите на потребителите и да подбира подходящите начини за тяхното удовлетворение в съответствие с продуктите/услугите, предлагани от съответната организация/фирма;

- Да притежава капацитета да координира работата на отделни служители/отдели/подразделения в съответната организация/фирма;

- Да подбира и използва подходящите методи за осъществяване на количествен и качествен анализ и да притежава капацитета за прилагане на съвременните методи за събиране и обработка на данни за нуждите на бизнес организациите и публичните институции в сферата на туризма;

- Да е в състояние да предлага и подбира подходящи идеи за разработването на нови туристически продукти и/или отделни нови услуги и производствени технологии в сферата на туризма.

- Да може да провежда самостоятелно или в екип проучвания на туристическите пазари или на аудиторите от заинтересовани лица и потребителите в сферата на туризма.

4. ПРОФЕСИОНАЛНОТО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ НА СПЕЦИАЛИСТА

Студентите, завършили обучението си в магистърска програма „Иновации и предприемачество в туризма“, придобиват квалификация, която ги прави конкурентоспособни на трудовия пазар и им гарантира успешна професионална реализация. Успешна трудова кариера завършилите реализират и като корпоративен и/или иновационен мениджър, индустриален предприемач, консултант, технологичен посредник, държавен експерт в министерства, ведомства, областни и общински администрации, производствен директор и др. Получените знания и уменията, формирани по време на обучението, са надеждна основа и за планиране, организиране и управление на собствен/иновационен бизнес.

5. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите магистърска програма „Иновации и предприемачество в туризма“ получават специализирана подготовка, позволяваща им да работят по Азбучника на Националния класификатор на длъжностите и професиите (2022 и 2023 г.) като:

1120 / 7014 Заместник-директор, предприятие; 1120 / 7015 Заместник-ръководител, кооперативно предприятие; 1120 / 7016 Заместник-председател, управителен съвет / съвет на директорите, търговско дружество; 1120 / 7017 Заместник-изпълнителен директор; 1120 / 7018 Председател, управителен съвет / съвет на директорите/ на търговско дружество; 1120 / 7019 Председател, Надзорен съвет в търговско дружество; 1120 / 7020 Член, съвет на директорите; 1120 / 7021 Член, управителен съвет; 1120 / 7022 Прокурист /търговски управител/; 1120 / 7023 Управител; 1213 / 5046 Ръководител проект; 1344 / 6006 Социален предприемач, социални услуги; 1411 / 3001 Ръководител, отдел в хотел; 1411 / 3002 Управител, хотел; 1411 / 3003 Управител, мотел; 1411 / 3004 Управител, пансион; 1412 / 3001 Управител, заведение за обществено хранене; 1412 / 3002 Управител, павилион; 1412 / 3003 Управител, ресторант на самообслужване; 1412 / 3004 Управител, сладкарница/кафене; 1412 / 3005 Управител, бар; 1412 / 3006 Управител, ресторант; 1412 / 3007 Управител, стол; 1412 / 3008 Управител, приготвяне и доставяне на храна (кетъринг); 1412 / 3009 Ръководител, отдел в ресторант; 1412 / 3010 Гостилничар; 1412 / /3011

Съдържател, ресторант; 1431 / 3015 Управител, отдих; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 3003 Управител, къмпинг; 1439 / 3004 Управител, туристическа агенция; 1439 / 3005 Управител, бюро за услуги; 1439 / 3006 Управител, хижа; 1439 / 6007 Ръководител, отдел в туристически агенции; 1439 / 3008 Ръководител, контактен център; 1439 / 3009 Ръководител, конферентен център; 1439 / 5012 Ръководител, база; 1439 / 3014 Хижар; 2421 / 6001 Експерт, стопанска дейност; 2421 / 6002 Експерт, бизнес развитие; 2421 / 6011 Организатор, стопански дейности; 2421 / 6007 Бизнес консултант; 2421 / 6008 Консултант по управление; 2421 / 6009 Анализатор, ефективност на търговската дейност; 2421 / 5027 Мениджър, проекти; 2421 / 5028 Експерт, продажби; 2422 / 5040 Младши експерт; 2422 / 6041 Главен експерт; 2422 / 6046 Старши експерт; 2422 / 6084 Експерт, стопанско управление; 2422 / 5089 Изследовател; 2431 / 6001 Анализатор, проучване на пазари; 2431 / 6002 Експерт, маркетинг; 4221 / 3001 Консултант, пътнически транспорт; 4221 / 3002 Организатор, пътнически транспорт; 4221 / 3003 Организатор, пътувания; 4221 / 5004 Специалист, туризъм; 4221 / 2005 Служител, издаване на пътнически билети; 4221 / 2006 Служител, информация за пътувания; 4221 / 2007 Служител, пътническа агенция/бюро; 4221 / 2008 Служител, резервации; 4221 / 2009 Служител, гише за регистрация на пътници и багажи; 4224 / 2001 Рецепционист, хотел; 4224 / 3002 Администратор, хотел;

Квалификационната характеристика на специалността "Иновации и предприемачество в туризма" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по иновации и предприемачество в туризма" е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на ОКС "Магистър", "Бакалавър", "Специалист" и с Правилниците на ЮЗУ "Неофит Рилски".

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН
 ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.9. ТУРИЗЪМ
 СПЕЦИАЛНОСТ: ТУРИЗЪМ
 ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР
 МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: ИНОВАЦИИ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ТУРИЗМА
 ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО ИНОВАЦИИ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ТУРИЗМА
 ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Въведение в туризма 2. Икономика на туризма 3. Управление на туристическите дестинации 4. Хотелиерство и ресторантьорство 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0	1. Туристически ресурси 2. Туроператорска и агентска дейност 3. Туристически брандинг 4. Конюнктура в туристическата индустрия 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)	
1. Туристическа политика 2. Потребителска култура в туризма 3. Прогнозиране в туризма 4. Карьерно развитие в туризма 5. Финансиране и кредитиране в туризма	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0	1. Геотуризъм 2. Управление на храните и напитките 3. Управление на туристическите атракции 4. Балнеоложки туризъм 5. Туристически борси и изложения	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Предприемачество в туристическия сектор 2. Управление на маркетинга в туризма 3. Управление на иновациите в туризма 4. Управление на човешките ресурси и организационно поведение 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. Стартъпи в туризма 2. Финансиране на предприемачески инициативи в туризма 3. Избираема дисциплина 4. Избираема дисциплина Държавен изпит или защита на дипломна работа	4.0 3.0 4.0 4.0 15.0
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)	
1. Ситуационен анализ (разработване на практически проект) 2. Разработване на туристически продукт (разработване на практически проект) 3. Проектиране на предприемачески екосистеми (разработване на практически проект) 4. Споделена икономика и туризъм	5.0 5.0 5.0 5.0	1. Управление на веригите на доставките в туризма 2. Приложни маркетингови проучвания (разработване на практически проект) 3. Интелектуален капитал и интелектуална собственост в туризма 4. Дигитализация в туризма 5. Маркетинг в социалните медии	4.0 4.0 4.0 4.0 4.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Иновации и предприемачество в туризма
ОКС «Магистър»

ВЪВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с основните понятия и процеси в туризма. Разглежда се историческото развитие на туризма, дефиницията и различните му форми, основните закономерности при търсенето и предлагането на туристически продукти. Обърнато е внимание и на основните сектори в туризма: хотелиерство и ресторантьорство, посредническа дейност, екскурзоводство, транспорт. „Въведение в туризма“ е дисциплина, която следва да запознае студентите със спецификите на туристическия сектор, като предостави основни познания за процесите, които го характеризират.

Съдържание на учебната дисциплина:

История и съвременно развитие на туризма. Същност и значение на туризма. Видове туризъм. Обхват и влияния на туризма. Туристическа дестинация. Туристически ресурси и туристически атракции. Хотелиерство. Ресторантьорство. Посредническа дейност в туризма. Екскурзоводство. Туристическо поведение. Туристическо търсене. Туристическо предлагане. Устойчиво развитие в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Формула за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Логиката на съвременното развитие на икономиката и опитът в обществената практика извеждат на преден план няколко основни теми. Те са включени в учебното съдържание на дисциплината като десет самостоятелни теми. В тях са намерили място научните знания за икономическите основи на туризма; икономическата среда за функциониране на туризма; същността, видовете и формите на проявление на капитала, дълготрайните и краткотрайните активи в туризма; особеностите на формиране на цените и ценообразуването в туризма; икономическата характеристика на труда и на производителността на труда в туризма; значимостта на разходите и на приходите в туризма; източниците на доходи и печалба в туризма; данъчното облагане и разпределението на печалбата в туризма; същността и измерването на ефективността и рентабилността на дейността в туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Туристическата фирма – обща характеристика. Туристическата фирма в условията на различни пазарни структури. Основни „производствени“ ресурси на туристическата фирма. Фирмен туристически продукт. Нормиране и заплащане на труда в туристическата фирма. Иновации и иновационна политика на туристическата фирма. Инвестиции и инвестиционна политика на туристическата фирма. Приходи, разходи и печалба на туристическата фирма. Икономическа ефективност от дейността в туристическата фирма. Управление и сертификация на качеството в туристическата фирма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при

осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към изясняване спецификата на туристическата индустрия, характера, формирането и движението на туристопотоците в световен план и географското им ориентиране. Като тематична насоченост, запознава студентите по туризъм със зараждането и развитието на туристическата индустрия, както и с актуалните тенденции на международния туристически пазар и развитието на туристическите дестинации. Фактът, че пътуването е навлязло дълбоко в ежедневието и въздейства както директно, така и индиректно на поведението на хората, прави дисциплината актуална. Познаването на пространствената насоченост на движенията на туристите, ролята на страните, развиващи туризъм и процесите, протичащи на международния туристически пазар е предпоставящо натрупването на знания и формирането на професионални умения с голямо значение за бъдещата реализация на студентите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Специфика на туристическата индустрия. Дефиниране на туристическата индустрия и туристическата дестинация. Въвеждащи въпроси от теорията и практиката на управлението на туризма и туристическите дестинации. Субекти и обекти на управление – в рамките на Световната организация по туризъм към ООН. Международни туристически организации. Организации за управление на дестинацията – значение, генезис и еволюция, структура и функции. Разнообразие и форми от организациите за управление на дестинации. Особенности на международния туристически пазар. Особенности на вътрешния туристически пазар. Стратегии за конкурентна диференциация: уместността на опита. Конкурентно позициониране и управление на туристически дестинации. Жизненият цикъл на туристическите продукти и управление на дестинациите: иновации. Териториално локализиране на туристическите дестинации. Обща характеристика и движение на туристопотоците между туристическите дестинации. Регионални аспекти на управлението на туристическите дестинации. Регионални особености на регион Европа. Регионални особености на регион Северна и Южна Америка. Регионални особености на регион Африка. Регионални особености на регион Близък Изток. Регионални особености на регион Азия, Австралия и Океания.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ХОТЕЛИЕРСТВО И РЕСТОРАНТЪОРСТВО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Хотелиерството и ресторантьорството са основен елемент на туристическия бранш. Динамичното развитие на туризма у нас и в световен мащаб е силно обвързано с тяхното развитие. Не е възможно да си представим съвременния туризъм без хотелиерство и ресторантьорство. Чрез тях се валоризират туристическите ресурси и се включват в туристическото предлагане. Хотелиерството и ресторантьорството вече не са просто осигуряване на възможност за пренощуване и храна. Те концентрират в себе си все повече туристически дейности, както и все по-голяма част от приходите в туризма. Така хотелиерството и ресторантьорството стават все по-широко обхватни понятия и все повече се превръщат в „гръбнак“ на туристическия бранш. Целта на учебната дисциплина е да запозна

студентите и да им даде основни познания относно разнообразните аспекти на хотелиерството и ресторантьорството. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: 1. Усвояване на знания за задълженията и отговорностите на персонала в хотелиерските и ресторантьорските заведения като основни изпълнители на тази дейност. 2. Усвояване на знания и практически умения за технологичните процеси в хотела и ресторанта. 3. Запознаване със съвременните изисквания за качество и безопасност в храненето и туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и значение на хотелиерската индустрия. Същност и значение на ресторантьорската индустрия. Типизиране и категоризиране на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. Хотелиерски и ресторантьорски вериги. Същност на хотелиерската и ресторантьорска услуга. Основни и допълнителни услуги в хотелиерството и ресторантьорството. Технология и организация на хотелиерско обслужване. Технология и организация на ресторантьорско обслужване. Технология и организация на камериерско обслужване. Видове разходи в хотелиерството и ресторантьорството. Доход и печалба в хотелиерството и ресторантьорството. Мениджмънт в хотелиерството и ресторантьорството. Маркетинг в хотелиерството и ресторантьорството.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е предназначен за студентите като специализирана информация за спецификата на туристическата политика, провеждана от държавните, европейските и международни институции в сферата на туризма. Целта е студентите: (i) да придобият знания за политиката като специфичен обект и предмет на науката за туризма; (ii) да осмислят характеристиките на туристическата политика като система; (iii) да познават конюнктурните прогнози и анализи като инструмент на управлението на производството в туристическата индустрия; (iv) да могат да идентифицират субектите на туристическата политика и най-вече т.нар. заинтересовани страни от нейното провеждане; (v) да са запознати с целеполагането в изготвянето и провеждането на системна туристическа политика; (vi) да могат да идентифицират и прилагат инструментите на националната и международната туристическа политика.

Съдържание на учебната дисциплина:

Политиката като специфичен обект и предмет на науката за туризма. Системна характеристика на туристическата политика. Субекти на туристическата политика. Целеполагане в системата на туристическата политика. Национална туристическа политика. Международна туристическа политика. Исторически предпоставки на туристическата политика в България. Формиране и развитие на туристическата политика в периода 1878 – 1948 г. Формиране и развитие на туристическата политика в периода 1948 – 1989 г. Формиране и развитие на туристическата политика в периода на преход (след 1990 г.). Вътрешна туристическа политика. Анализ на туристическата политика на България с помощта на матрични и сценарийни техники. Планиране и прогнозиране за нуждата на туристическата политика. Бюджетиране и алокация на ресурси за нуждата на туристическата политика. Възможности за усъвършенстване на туристическата политика.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПОТРЕБИТЕЛСКА КУЛТУРА В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с теорията на потребителската култура, с фокус върху проявленията ѝ в туризма. Разглежда се историческото развитие на консуматорското общество, както и основните тенденции от последните години. Целта на дисциплината е да бъдат представени основните характеристики на потребителската култура. Очакваните резултати са свързани със създаване на умения за идентифициране моделите и предпоставките, които обуславят туристическото поведение в различни пазарни сегменти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Потребителска култура – същност и основни понятия. Потреблението като култура. Традиционното потребление. Модерност и постмодерност. Лайфстайл и потребителска култура. Туризъм за специални интереси. Разгочителното потребление в туризма. Глобализация на многообразието. Solo female travel. Автентичност и комодитизация. Концепцията за отговорен туризъм. Потребителска култура в дигиталната ера.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРОГНОЗИРАНЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс се разглеждат същността на концепцията за научно-обоснованото прогнозиране, както и съвкупността от методи, подчинени на тази концепция и намиращи приложение в туристическата индустрия. Курсът е предназначен за студентите като специализирана информация за спецификата на субективните и обективните методи за прогнозиране и по специално на част от експертните методи за прогнозиране, както и на голяма част от най-популярните от мултивариативни и унивариативни методи за прогнозиране, които могат да се използват в туристическата индустрия. Прогнозиране в туризма е дисциплина, която следва да запознае студентите от специалност „Туризъм“ със спецификата, изискванията и стандартите конюнктурата като момента снимка и бъдеща прогноза на състоянието на икономическите системи в туризма, както и всички вътрешни и външни фактори, които влияят и определят нейното бъдещо развитие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Концепцията за изпреварващото отражение в прогнозирането. Използването на процесния подход. Субективно и обективно прогнозиране. Унивариативно и мултивариативно прогнозиране. Точност и прецизност при прогнозиране на туристическите показатели. Експертни методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: методи от вида „Бизнес барометър“, Ифо методи, Метод Делфи и др. Методи на сценария и матрични методи за прогнозиране на туристическата конюнктура. Мултивариативни методи за прогнозиране: Иконометрични методи. ARIMA и SARIMA методи. Поява и развитие на методите за прогнозиране чрез експоненциално изглаждане. Таксономия на методите за прогнозиране чрез експоненциално изглаждане. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Наивен (прост) метод, Индексен метод, Метод на верижните средни величини. Трендови метод. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Методи с използване на експоненциално изглаждане – Метод на единичното (просто) експоненциално изглаждане; Метод на двойното експоненциално изглаждане на Браун, Теорема на Браун, Метод на Холт. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Методи с използване на експоненциално изглаждане – Метод на Холт-Уинтърс, Метод на Тейлър. Корекция на Тронкосо и Гарсия-Диас на Метода на Тейлър. Прогнозиране на туристическите

пристигания на база годишни и месечни данни. Прогнозиране на приходите от туризъм на база годишни и месечни данни. Прогнозиране на разходите за труд в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КАРИЕРНО РАЗВИТИЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават със съвременните практически подходи и инструменти за кариерно развитие в туризма. В процеса на обучение те получават информация за последователните стъпки в процеса на професионална реализация и развитие. Запознават се с подхода за идентифициране на желаната професионална сфера, организация, работна позиция и ключови кадри. Студентите придобиват знания за спецификата на подготовката за интервю, същинското интервю и изискванията към бизнес документацията и онлайн кореспонденция. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания за специфичните сфери на професионална реализация в туризма и умения да идентифицират професионалните си интереси и да направят правилен избор за бъдещото си кариерно развитие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Новата парадигма – модел на позициониране, позициониране в рекреацията, парковете и туризма, основни стъпки за личностно позициониране. Определяне на кариерна цел и професионална сфера на реализация. Проактивно поведение при търсенето на работа. Личностната оценка като част от традиционния процес на търсене на работа. Връзката между академична подготовка, професионално развитие, продължаващо обучение, доброволчески дейности. Създаване на професионални контакти. Професионално менторство. Идентифициране на професионалната сфера, организацията, работната позиция и кадрите. Подготовка за интервюта за работа. Обява за свободна работна позиция. Професионално облекло. Поведение по време на интервю. Официалното интервю. Стратегии и основни видове въпроси. Интервю по телефона. Последващи действия. Професионална автобиография и мотивационно писмо – структура и реквизити. Портфолио и визитни картички – структура и видове. Бизнес имейли и други електронни комуникации. Нетикет. Професионални сфери на реализация в туризма. Профил на служителя. Компетентност, мотивация и удовлетвореност на служителя. Категоризиране на служителите в организацията съгласно Матрицата „Компетентност – Изпълнение“.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ФИНАНСИРАНЕ И КРЕДИТИРАНЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина има за задача да предложи необходимите теоретични и практически знания в областта на структурата на финансовата система, публичните финанси, финансовата и данъчна политика и основните източници за финансиране на малкия бизнес. Познанията за основните източници за генериране на приходните и разходни потоци в публичните финанси, основите на корпоративните финанси и тяхното ефективно използване представляват главни цели пред курса на обучение. Ползвайки

подходящ терминологичен апарат се поставят основите на многоаспектни познания, служещи като основа за развитие и в други направления на финансовото осигуряване на туристическата индустрия, за успешна реализация на самостоятелен бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Финанси и Финансова система. Финансова система на Р. България. Място на публичните финанси и взаимоотношенията им с останалите звена на фискалните и нефискални финанси. Публични (фискални) финанси. Същност на публичните финанси. Основни теории за публичните финанси. Произход, същност и елементи на данъка. Видове данъци, Данъчна система. Преки имуществени данъци. Преки подоходни данъци. Облагане доходите на физическите лица. Облагане с патенти. Корпоративно подоходно облагане. Преки подоходни данъци. Корпоративно подоходно облагане. Косвени данъци. Акцизи. Косвени данъци. Мита. Митническо облагане, контрол по изпълнение на митническите режими. Косвени данъци. Произход и същност на ДДС. Организация на облагането с ДДС. Правно регламентиране на дейността и структура на приходната администрация. Държавни разходи. Субекти на стопанската дейност съгласно българското законодателство. Банково обслужване на икономическите агенти. Инвестиционно финансиране – кредити и публично предлагане на ценни книжа. Управление на натрупванията и спестяванията във фирмата.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с многообразието от ресурси, които предопределят развитието на туризма. Разглеждат се основните видове ресурси, както и начините за тяхното валоризиране в туризма. Обърнато е специално внимание на устойчивото им ползване за туристически цели. „Туристически ресурси“ е дисциплина, която следва да запознае студентите с ресурсите, необходими за устойчиво туристическо развитие, като представи основни познания за начините на тяхното управление.

Съдържание на учебната дисциплина:

Класификация на туристическите ресурси. Природни туристически ресурси. Особенности на природните туристически ресурси. Туристически ресурси на релефа. Климат. Води. Растителност и животински свят. Туристически ресурси на защитените територии в глобален мащаб и в България. Видове защитени територии. Лимитиращи фактори за рекреационно усвояване на защитените територии. Антропогенни туристически ресурси. Историко-археологически ресурси. Архитектурни, етнографски и религиозни ресурси. Изкуството като туристически ресурс. Тематични паркове. Специалните събития като туристически ресурс. Методи за оценка на туристическия потенциал. Опазване и устойчиво ползване на туристическите ресурси.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Вид на изпита: писмен

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към изследване състоянието на туристическата индустрия, същността на туроператорския продукт и туристическата дестинация, дистрибуцията на продукта и транспортната дейност. Актуалността на проблематиката се определя от ключовото значение на дейността на туроператорските фирми на вътрешните и международния туристически пазари и трансформациите, които тя търпи в он-лайн пространството. Лекционният курс проследява теоретичните постановки, необходими за изясняване спецификата на туроператорската дейност и нейното практическо проявление. Специално внимание е отделено на присъщите ѝ пазарни особености и проявления. Целта на дисциплината е да запознае студентите с необходимите знания за организирането на туристически пътувания, за планиране предлагането на туристическите дестинации, както и за правното регламентиране на дейността на туристическите агенции. С оглед на нея са изведени и конкретни задачи, насочени към: Усвояване на знания за възникването и развитието на туроператорската и агентска дейност; Усвояване на знания за провеждане на проучвания и анализи; Усвояване на знания и придобиване на умения за разработване на туристически програми и договаряне на елементи на туристическия пакет.

Съдържание на учебната дисциплина:

Състояние и развитие на туристическата индустрия. Състояние и развитие на международния туристически пазар. Тенденции в развитието на българската туристическа индустрия. Структура на туроператорската дейност. Структура на туристическата агентска дейност. Маркетинг и операционализиране на туроператорската дейност. Детерминиране параметрите и характеристиките на пазара на туроператорска дейност. Структура на продукта на туроператорската фирма. Подготовка на брошура. Проучване на туристическа дестинация и формиране на туристически пакет. Подготовка на продуктовия микс. Реализация и дистрибуция на продукта. Дистрибуционни канали. Търговски структури в туризма. Варианти на доставка и продажба на туристически пакети. ОТА – новите лидери на туристическия пазар. Контакт с потребителите. Осигуряване на транспортното обслужване по туристически програми и пакети за групови и индивидуални туристи при: - Сухопътен транспорт; - Воден транспорт; - Въздушен транспорт; - Специализиран транспорт; Услуги, съпътстващи организирането и провеждането на туристическо пътуване. Разработване на идеен проект за туристическа агенция. Разработване на туристическа програма. Разработване на туристическа брошура.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКИ БРАНДИНГ**ECTS кредити: 6****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 2****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината разглежда основният набор от мероприятия и водещи принципи, необходими за изграждането на успешен и устойчив бранд. Дискутират се голям брой добри практики както на големи световноизвестни дестинации, така и на по-малки, но уникални по своя характер места, успели да се идентифицират по атрактивен и неповторим начин. Освен на ниво дестинация, брандингът се изучава и на ниво туристическо предприятие – заведение за настаняване, заведение за хранене и развлечение, туроператор и турагент, транспортна фирма, онлайн дистрибутор. Инструментите за успешен брандинг на туристическо предприятие се представят през призмата на разпознаваеми хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски и електронни брандове. Студентите имат възможност да дискутират реални практики и предизвикателства, с които ще се сблъскат в бъдещата им професионална реализация в тази област и с възможни решения, които могат да предложат.

Съдържание на учебната дисциплина:

Възникване и развитие на концепцията за брандинга на макро и микро ниво. Емоционални връзки между места и посетители. „Брандинг“ срещу „маркетинг“ и „бренд“ срещу „марка“. Добра практика за брандинг, предхождащ маркетинга. Стъпки за превръщането на една марка в бранд. Типология на бранда на място – общ бранд на мястото, туристически бранд, икономически бранд, бранд на общността, тематични брандове. Характеристики и символи на туристическия бранд. Етапи на представяне на

туристическия бранд. „Емоциониране“ и „позициониране“ на туристическия бранд. Мотиви за предприемане на туристическа покупка. Конкурентни предимства на туристическия бранд. Бранд мениджмънт. Брандинг стратегия на туристическите предприятия. Фактори, определящи потребителския избор на туристическия бранд – външни, културни, психологически, социопсихологически, личностни характеристики. Етапи на изграждане на туристическия бранд – оценка и одит, анализ и предимства, поддръждане и групиране, изразяване, прилагане, възприемане и нагласи, действия и последици. Показатели и модели за анализ и оценка на туристическия бранд. Показатели за възприятие, поведение, пазарни и финансови показатели. Модел на контактния брандинг и други брандинг модели. Брандинг на хотелиерско предприятие. Същност на хотелиерския продукт. Разпознаваемост и уникални черти на хотелиерските брандове. Брандинг на ресторантьорско предприятие. Същност на ресторантьорския продукт. Диверсификация на потребителското търсене на ресторантьорски продукт. Разпознаваемост и уникални черти на ресторантьорските брандове. Брандинг на all-inclusive курортен комплекс. Същност на курортните комплекси тип all-inclusive. Разпознаваемост и уникални черти на all-inclusive комплексите. Брандинг на туристически оператор. Компоненти на туроператорския продукт. Корпоративна култура и конкурентни предимства на туристическия оператор. Електронен брандинг (E-branding). Предимства и недостатъци на електронния бранд. Оценка на ефективността на електронния бранд. Ребрандинг на туристическа дестинация с неблагоприятна репутация в миналото. Основни инструменти за ребрандинг на туристическата дестинация. Брандинг на големи и малки туристически дестинации. Концептуализация на брандинга на макро и микро ниво. Инструменти на национална брандинг стратегия.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КОНЮНКТУРА В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е предначен като специализирана информация за спецификата на конюнктурните изследвания и прогнози в туристическата индустрия в международен и национален аспект. Целта е студентите: (i) да придобият знания за мястото и ролята на конюнктурните изследвания и прогнози в международния туризъм; (ii) да осмислят функциите на конюнктурните проучвания в международния туризъм; (iii) да познават конюнктурните прогнози и анализи като инструмент на управлението на производството в туристическата индустрия; (iv) да могат да прилагат методиката на конюнктурните изследвания и прогнози в международния туризъм; (v) да са запознати със специфичните трудности и слабости при съставянето на туристически конюнктурни прогнози. Целите и задачите е студентите да придобият базови знания и практически умения за конюнктурните изследвания и прогнози в туристическата индустрия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Особености и фактори, обуславящи конюнктурата на туристическия пазар. Място и роля на конюнктурните проучвания в туристическата индустрия. Функции на конюнктурните проучвания в международния туризъм. Конюнктурните прогнози като инструмент на управлението на производството в туристическата индустрия. Световните и регионални туристически борси – отражение на конюнктурата в туристическата индустрия. Изисквания към методиката за осъществяване на туристически конюнктурни анализи и прогнози. Специфични трудности и слабости при съставянето на туристически конюнктурни прогнози. Дългосрочно, краткосрочно и оперативно пазарно-ценово проучване и методика за съставяне на туристически конюнктурни прогнози. Методи за осъществяване на дългосрочни конюнктурни анализи и прогнози. Методика за осъществяване на краткосрочни конюнктурни анализи и прогнози. Методика за осъществяване на оперативно туристическо конюнктурно проучване. Система на информацията във туристическото конюнктурно проучване. Първични и вторични източници на информация за конюнктурната ситуация в туристическата индустрия. Планиране и организация на работата при провеждането на конюнктурни туристически проучвания. Водещи международни

организации, осъществяващи туристически конюнктурни проучвания: Световната организация по туризъм, Световния съвет по пътуванията и туризма (Чикаго) и др. Водещи международни частни фирми и нестопански организации, специализирани в провеждането на конюнктурни проучвания.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ГЕОТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към преразглеждането на концепцията за същността на туризма и разкриването на нови измерения за разнопосочното му обществено въздействие. Актуалността на проблематиката се определя от нарастващото значение на устойчивото развитие като начин за комплексна промяна в обществено-икономическия живот. Лекционният курс проследява теоретичните постановки, необходими за изясняване спецификата на геотуризма и нейното практическо проявление. Специално внимание е отделено на възможностите му за поддържане и увеличаване на географския потенциал на туристическата дестинация, културата, околната среда, културното наследство и благосъстоянието на местната общност. Курсът цели преди всичко студентите по туризъм да овладеят необходимите знания за организиране на геотуристически пътувания и поддържане на геотуристическия потенциал на туристическите дестинации, както по света, така също и в България.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същности и особености на геотуризма. Геотуризмът като възможност за устойчиво развитие и запазване на преживяванията за бъдещите поколения. Развитие на концепцията за геотуризма. Геотуристическа харта. Гео-науки и туризъм. Предпоставки и възможности за преобразуване на геологическо място в туристически обект. Видово разнообразие и специфични особености на геотуристическия продукт. Геологично разнообразие. Геологични монументи. Палеотуризъм и археотуризъм. Пазарни сегменти при геотуризма. Типологизация и потребителски модели при гео-туристите. Развитие на гео-туристическа дестинация. Ограничения и ефекти от туристическото развитие на територията. Детерминирани проявленията и характеристиките на геотуристическите влияния. Услуги, съпътстващи организирането и провеждането на гео-туристическо пътуване.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ХРАНИТЕ И НАПИТКИТЕ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината е методически организирана, за да запознае студентите с управлението на храните чрез представяне на трите различни комплекса от приложни знания в областта на храните, а именно – технологичен, управленски и законодателен. Акцент в дисциплината има управлението и контрола на качеството. Знанията по храните и напитките са част от ключовите компетенции, които управленския и изпълнителния персонал в туризма е необходимо да притежават, за да могат в своята дейност да

осигурят моделите за управление на храните. Учебната програма обхваща многоаспектни в своята същност понятия. С оглед на мощните дискусии в обществото за БИО храни, за ГМО храни, за Европейски стандарти и етикети, в предмет на дискусии са основните химични и микробиологични понятия, процеси при определяне качеството на храните, а също и основните изисквания за безопасност. Други централни теми, отново свързани с динамиката за оптимизиране на качество, са влиянието на технологичните и организационни фактори. Особено значение е отделено за запознаване на студентите както с добрите практики на управлението на храните, които отразяват изключителното значение на дисциплината за съвременната технология и мениджърска практика.

Съдържание на учебната дисциплина:

Материалознание на хранителните продукти и напитките. Основни технологични процеси. Видове хранителни продукти и напитки. Свойства на храните. Свойства на напитките. Същност и характеристика на хранителната верига. Връзки между доставчици и клиенти. Качество на храните – дефиниция и основни изисквания. Безопасност на храните. Динамика в качеството на храните. Оптимизиране качеството на храните. Качество и безопасност на напитките. Видове напитки. Технологично обзавеждане на заведенията за хранене и ресторантите. Основни нормативни актове, регламентиращи въпросите на здравословни и безопасни условия на труд. Правно регулиране на храните. Общо правно регулиране. Осигуряване на хранителна безопасност на храни и напитки съгласно действащите инструкции ISO 9000 и HACCP. Специално правно регулиране на храните. Стандартизация на храните. Стандартизация на напитките. Общи изисквания към безалкохолните напитки. Основни методи при стандартизацията на алкохолните напитки. Европейско законодателство по храните. Европейски закон за храните. Регламенти от „хигиенния пакет“, „“ и „Бяла книга относно храненето“ и Стратегия на Европа относно храненето и Кодекс алиментариус относно стандартите на храненето. Микробиологични критерии на храните. Микробиологични критерии на напитките. Европейско регламентиране качеството на храните. Европейско регулиране на БИО храни, регулиране на ГМО храни. Национално законодателство за храните. Закон за храните и други закони в областта на храните и напитките. Основни наредби за храните и напитките. Национален контрол на храните. Основи на управлението на качеството. Планиране и подобрене на качеството. Управление на качеството на храните. Осигуряване качеството на храните. Контрол на качеството. Системи за управление на качеството. Управление на качеството на храните по стандарт. Управление и анализ на риска при храни и напитки. Анализ на опасностите и критични точки за контрол (HACCP). Тенденции в храненето, видове хранителни режими. Взаимовръзка между качеството на храните и напитките и туризма. Кулинарни столици в Европа.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АТРАКЦИИ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът лекции е подготвен като специализирана информация за международните и национални тенденции в управлението на туристическите атракции. Целта е студентите: (i) да придобият базови теоретически познания за основните мениджърски инструменти; (ii) да познават спецификата на управление на туристическите атракции; (iii) да познават и да могат да прилагат основните стратегии за управление; (iv) да познават основните регулации на страната и ЕС в областта на управлението на туристическите атракции. Целите са е студентите да придобият базови знания и практически умения по преподавания материал и най-вече за основните мениджърски инструменти и стратегиите за управление на туристическите атракции.

Съдържание на учебната дисциплина:

Туристически атракции – същност и видове. Туристическо райониране. Местоположение на туристическите атракции в България. Онлайн регистър на туристическите атракции в България. Закона за туризма и организации за управление на туристическите райони (ОУТР). Теоретични основи на управлението. Видове управление на туристическите атракции. Същност и специфика на вземането на

управленско решение. Дигитализация на туристическите атракции. Характеристика на основните управленски функции. Стратегическо планиране. Процес на стратегическо планиране. Формулиране на стратегически план. Изпълнение (прилагане) на стратегически план. Етапи на процеса на изработване на управленски решения. Методи на вземане на групови управленски решения. Иновативни управленски подходи в туризма. Пазарен и продажбен потенциал на фирмата. Разработка на прогнозите за продажба. Прогнозни методи. Маркетинг микс. Фактори действащи на пазара и влияещи върху избора на маркетинг микса. Етика и социална отговорност при вземането на управленски решения. Управление на конфликтите. Развитие на европейските туристически региони. Регионална политика на европейския съюз за туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

БАЛНЕОЛОЖКИ ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Анотация:

Учебната дисциплина цели усвояване на основни знания за същността, значението, традициите и съвременното състояние на балнеоложкия туризъм в България. Дисциплината дава знания за минералните водни ресурси от национално и регионално значение в Р България и възможните форми за провеждане на балнеолечение. Представя се подробна характеристика на съвременната материална база и предлаганите услуги в частния и държавния сектор в различните региони. Акцентира се, в това че бъдещето развитие на балнеоложкия туризъм в България е свързано с по-нататъшна диверсификация на предлаганите услуги и повишаване на тяхното качество, както и с подготовката на висококвалифицирани специалисти в тази област. Разкрива се дестинация България като един от световните лидери в балнеоложкия туризъм. Дисциплината „Балнеоложки туризъм“ цели студентите да усвоят комплекс от теоретични знания относно социалното и икономическото значение, характеристиките на балнеоложкия туризъм. Да формират управленски навици и висока мениджърска култура и да придобият необходимите практически умения за генериране на икономически ползи от развитието на балнеоложкия туризъм в България.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на балнеоложкия туризъм. Еволюция на балнеоложкия туризъм. Ресурсна осигуреност за развитието на балнеоложкия туризъм. Законова уредба. Съвременни изисквания и диверсификация на услугите в балнеоложкия туризъм. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Южен Черноморски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Югозападен регион. Северен Черноморски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Софийски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Средногорски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Родопски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Югоизточен регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Дунавския регион. Лечение с различни физични методи. Питейно лечение. Фанголечение. Инхалации. Ароматерапия. Музикотерапия. Мануална терапия –видове масажи. Кинезитерапия. Други алтернативни процедури и средства свързани с балнеолечението. Разработване на маркетингова стратегия за развитието на комплекс „X“ като престижна дестинация за балнеоложки туризъм в страната. Разработване на маркетингова стратегия за развитието на България като престижна дестинация за балнеоложки туризъм. Добри практики на развитието на балнеоложкия туризъм на международно ниво.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се

знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКИ БОРСИ И ИЗЛОЖЕНИЯ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът предоставя специализирана информация, предназначена за изграждане на основни познания за функционирането на туристическите изложения (туристическите борси), както и за изграждане на ключови знания, умения и компетентности, свързани с планиране, организиране и провеждане на участието на туристическите организации (туристическите фирми) в националните, регионални международни туристически изложения (туристически борси). Особено внимание е акцентирано върху: (i) договарянето на самостоятелни щандове и/или споделено щандово пространство; бюджетирането на участието в на туристически изложения – при самостоятелна форма или в при групово участие; (ii) маркетинговите подходи за представяне и промотиране на туристическите продукти на туристическите изложения, включително оформянето и подредбата на щандовете и щандовото пространство; (iii) техниките за осъществяване на контакти водене на преговори по време на туристическите изложения и туристическите борси; (iv) участието в съпътстващите туристическите изложения информационни дейности и мероприятия; (v) приключване на участието и отчитане на резултатите и ефективността от участието в туристическите изложения и туристическите борси.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на туристическите изложения и туристическите борси като периодични и специализирани видове туристически пазари. Идентификация на пазарните сегменти и целевия пазар на туристическите изложения (туристическите борси). Видове туристически изложения и туристически борси: национални туристически изложения и борси. Организация и цели. Видове туристически изложения и туристически борси: регионални туристически изложения и борси (в рамките да даден регион съгласно регионалната класификация на Световната организация по туризъм към ООН). Организация и цели. Видове туристически изложения и туристически борси: туристически изложения и борси с международно (световно) значение. Организация и цели. Роля на националната туристическа администрация на Република България за организирането и подпомагане участието на туристическите фирми в национални и международни туристически борси и изложения. Договарянето и заплащане участието на самостоятелни щандове и/или споделено щандово пространство. Подготовка на рекламни-информационни материали и промоционални дейности. Информационно и комуникационно осигуряване на щандовете. Бюджетирането на участието в на туристически изложения – при самостоятелна форма или в при групово участие (участие със споделено щандово пространство). Маркетинговите подходи за представяне и промотиране на туристическите продукти на туристическите изложения. Оформяне и подредба на щандовете и щандовото пространство. Межкултурни особености на участниците и посетителите на туристическите изложения. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Русия, Украйна, Грузия и страните, членки на ОНД. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Близкия Изток, вкл. Израел. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Далечния Изток: Китай, Япония и Южна Корея.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Катедра Туризм
Стопански факултет

Анотация:

Курсът е създаден с цел да предостави на студентите и интересуващите се лица знания и умения за успешното стартиране и управление на туристически бизнес. Участниците ще се запознаят с ключовите аспекти на предприемаческата дейност в туризма и ще научат как да създадат иновативни продукти и услуги, които да отговарят на нуждите на съвременните туристи. Основната цел на курса е да развие предприемаческите умения на участниците и да ги подготви да успешно стартират и управляват свой собствен туристически бизнес. След завършването на курса, участниците трябва да бъдат способни да разработват иновативни и устойчиви туристически продукти, да провеждат пазарни анализи и да управляват различните аспекти на своя бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в предприемачеството в туризма: Ролята на предприемачите в туристическия сектор, възможности и предизвикателства. Генериране на идеи за бизнес: Техники за генериране на нови идеи за туристически продукти и услуги. Пазарен анализ и целева аудитория: Идентификация на целевата аудитория и провеждане на анализ на пазара. Бизнес планиране и стратегии: Създаване на бизнес план, определяне на стратегии за развитие и растеж. Финансово управление и бюджетиране: Основи на финансовото управление, бюджетиране и приходно-разходен анализ. Маркетинг и реклама: Развитие на маркетингови стратегии, дигитален маркетинг и реклама в туризма. Управление на качеството и обслужването на клиенти: Основи на обслужването на клиенти, управление на качеството и задоволството на клиентите. Иновации и креативност: Развитие на иновативни подходи и креативни решения в туристическия бизнес. Правни и регулаторни аспекти: Разбиране на правните и регулаторни изисквания за туристическия бизнес. Устойчиво предприемачество: Интегриране на устойчиви практики и отговорност в бизнес модела. Финансиране на стартап: Разглеждане на различни източници на финансиране за стартапи в туризма. Управление на рискове: Идентификация и управление на потенциални рискове за бизнеса. Туристически трендове и прогнозиране: Разглеждане на текущи тенденции и техники за прогнозиране на развитието на туристическия сектор. Етика и корпоративна отговорност: Разглеждане на етичните въпроси и отговорността на предприемачите в туризма. Презентация на бизнес и питчинг: Техники за ефективна презентация на бизнес и привличане на инвеститори.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм
Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината е разработен като надграждащ курс в съответствие с общите цели на магистърската програма с фокус върху процесите на мениджмънта. В учебния план са предвидени общо 45 лекционни часа. Извънаудиторната заетост по учебната дисциплина е 105 часа, насочени към работа върху положения с практически характер и с цел подготовка за участие в дискусиите по отношение на възможностите за управление на маркетинга в контекста на новите управленски практики. Акцент се поставя върху както класически теоретични постановки (елементи на управлението, управленски и маркетингов цикъл на туристическото предприятие, вземане на управленски решения) така и някои по-конкретни специфични постановки от теорията на управление на маркетинга в специфични отрасли на туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в мениджмънта на маркетинга в туризма. Значение, развитие, перспективи и елементи на мениджмънта на маркетинга в туризма. Основни задачи в мениджмънта на туристическия маркетинг. Управленски и маркетингов цикъл на туристическото предприятие. Задачи и основи при вземане на решения в управленския цикъл на туристическата дейност. Приложение на вземането на решения в

управленския цикъл на туристическите предприятия. Контрол в управленския цикъл. Информация и комуникация в управленския цикъл на туристическото предприятие. Управление на промените. Концепции, инструменти и процеси на управление на промяната и комуникация в процеса на промяна в туристическото предприятие. Туристическо поведение при промяна и лидерски задачи при промяна. Управление на възможностите и фактори за успех в управлението на промените в туристическата дейност. Инициране, проектиране и прилагане на процеси на промяна. Основи на управлението на конфликти: Модели за разрешаване на конфликти и модел на процеса на конфликтна дискусия. Профилирано управление на маркетинга чрез управление на нови комуникационни модели.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ИНОВАЦИИТЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината предоставя изчерпателни познания от областта на иновациите в хотелска и ресторантьорска дейност, но също и на ниво туристически дестинации в релацията *смайт хотел - смайт дестинация*. Тъй като привлекателността на всеки туристически продукт пряко зависи от иновативния му потенциал, то основната цел на дисциплината е да даде основни знания и разбирания за иновациите и конкурентоспособността. Допълнително, управлението на иновациите се свързва с предприемаческия потенциал на туристическото предприятие, затова друг основен фокус в дисциплината се поставя върху възможностите за предприемаческа дейност чрез иновации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в иновациите в туризъм. Значение, развитие, перспективи и елементи на управлението на иновациите в туризъм. Основни задачи в иновациите в контекста на конкурентоспособността на туристическите предприятия. Задачи и основни действия при въвеждане на иновации в туризъм. Приложение на вземането на решения в управленския цикъл на туристическите предприятия чрез въвеждането на иновации. Маркетинг чрез иновации в туризъм. Информация и комуникация в управлението на иновациите. Иновации и управление на промените. Концепции, инструменти и процеси на управление на иновациите в туристическото предприятие. Туристическо поведение при въвеждане на иновации. Управление на възможностите и фактори за успех чрез управление на иновациите в туристическата дейност. Инициране, проектиране и прилагане на процеси на промяна чрез иновации. Лидерство чрез туристически иновации.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ И ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават със съвременните теории, практически подходи и инструменти за управление на човешките ресурси. В процеса на обучение те получават информация за развитието на теоретичната

мисъл за човешкия капитал и механизмите за пълноценно управление на човешките ресурси, за съвременното управление на човешките ресурси със стойност. В центъра на вниманието са четирите основни управленски практики, насочени към текучеството на кадри, изпълнението, труда и комуникациите в организацията. Специален акцент се поставя върху въпросите, свързани с мотивацията и мобилността на човешките ресурси, подбора и задържането на таланти и организационното поведение. Студентите научават за ролята на мениджърския състав при разработване и прилагане на системите за управление на човешките ресурси, както и за същността на отдел „Човешки ресурси“ в организацията. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят управленските практики, свързани с този изключителен ресурс на всяка организация.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теорията за човешкия капитал и промяната в понятийния апарат. Същностни различия между „човешки ресурси“ и „персонал“; между „организация“, „фирма“ и „компания“. Разпознаваемост на туристическата организация и добри практики за управление на човешките ресурси в туризма и поддържане на изключително качество на предлаганите продукти и услуги. Структурни и съдържателни характеристики на организацията. Организационно поведение – компетентност, мотивация и удовлетвореност от труда. Съвременната практика „Управление на таланти“. Специфика на работата в екип. Сравнение на понятията „група“ и „екип“. Работа в група и работа в екип. Организиране, провеждане, цели и ползи от тиймбилдинга. Добри практики за тиймбилдинг. Управление на човешките ресурси със стойност. Условия за генериране на стойност в туристическата организацията. Необходимостта и ролята на специалистът по Човешки ресурси в организацията. Основни характеристики на заетите в туризма. Посоки на движение на хора в туристическата организация. Предпоставки за текучеството на персонала. Подбор на кадрите и откриване на таланти служители. Изграждане на компетентност и талант. Обучение и развитие на кадрите в туризма. Добри практики за обучение и развитие на новонаети служители в организацията. Идентифициране на таланти служители. Категории на служителите съгласно матрицата „Компетентност – Изпълнение“ (Laura Stack, 2010). Задържане на таланти служители. Развитие на теорията за изпълнението. Методики за оценка на работата. Основни стъпки за управление на изпълнението (D. Ulrich, W. Brockbank). Стандарти за работа – същност и видове. Необходимост от използване на стандарти за изпълнение. Значение на обратната връзка за изпълнението. Основни средства за получаване на обратна информация от служителите в организацията. Създаване на ефективна структура на труда. Модели за структуриране на труда. Фактори, влияещи върху избора на модел за структуриране на труда. Създаване на ефективно работещи длъжности. Условия за атрактивна длъжност. Техники за събиране на информация за справяне с работата на съответна длъжност в организацията. Техники за реструктуриране на работата. Реквизити на длъжностната характеристика. Подходи за управление на стреса. Форми и етапи за проявление на стреса. Най-честите причини за стрес на работното място. Същност и ефективност на комуникационния процес. Комуникационни модели на Шенън и Уивър и на Д. Берло. Принципи на бизнес комуникацията – The 7 C's. Организационна йерархия и комуникационни потоци в нея. Неформални комуникационни канали в организацията. Комуникационна стратегия – същност, специфика и връзка с бизнес стратегията на организацията. Писмени и устни форми на комуникация в управлението на човешките ресурси. Управление на организационния дизайн и социалната отговорност. Същност и специфика на интервюто. Видове интервю. Интервю с кандидати за работа. Интервю за оценка на работата на служител.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Основната цел на курса е студентите да изградят умения за изпълнение на практически проект (самостоятелно в малки групи) в обхвата на иновациите и предприемачеството като придобият умения за ситуационен анализ. Основната задача е да се развият способности за анализ in-situ, а също и свързани с

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

тях социални умения, да се прилагат прийоми за работа в екип и да се работи с методите на събиране, обобщаване и анализиране на информация и чрез прилагане на методи на планиране, мониторинг, комуникация, координация, бюджетиране и т.н.). В зависимост от практическия проект или интегративния казус се развиват умения за ситуативен анализ на бизнес казус, намиране и предлагане на икономически отговорни решения, ситуативен анализ при управление на риска, ситуативен анализ за межкултурна интеракция, ситуативен анализ на организационна и социална компетентност, компетентност за управление на бюджета и не последно място анализ за управление на проекти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основи на ситуационния анализ. Ситуационен анализ на иновативни решения в туризма. Анализ на качествените и количествените данни. Ситуационен анализ чрез избор на иновативен дизайн на проучванията. Анализ чрез видове въпроси. Анализ на иновативна и предприемаческа дейност чрез събиране, обработка и оценка на данни. Анализ чрез онлайн въпросник. Ситуационен анализ на предприемаческа дейност в туризма. Анализ чрез събиране и оценяване на данни. Анализ чрез статистически процедури за оценка. Анализ на предприемачеството и иновациите в туризма чрез контент-анализ. Ситуационен анализ на добри иновативни практики в специализирани форма на туризма – собствено проучване. Презентиране и защитаване на практическия проект.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

**РАЗРАБОТВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ
(РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)**

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с теоретични и практико-приложни въпроси във връзка с разработването на устойчиви и конкурентноспособни туристически продукти. Преподаването ѝ е свързано с разглеждането на дефинициите да туристически продукт, туристически ресурси и въобще елементи, имащи отношение към процеса на разработване на туристически предложения. Знанието се позиционира на две функционални нива, а именно – на ниво дестинация, както и на ниво предприемачи. Внимание се отделя още на процеса на планиране и маркетинг, с акцент върху иновациите. Курсът като цяло, обхваща теоретични рамки, практически казуси и практически дейности, за да предостави на студентите необходимите знания и умения във връзка с овладяването на процеса на разработване на туристически продукт. Целта на дисциплината е поставена върху преподаването и усвояването на знания за създаване на туристически продукт, който отговаря на потребностите на пазара и в същото време е устойчив.

Съдържание на учебната дисциплина:

Разработване на туристически продукти. Въведение. Определяне на туристическите ресурси с туристически потенциал. Препоръки за разработване на продукти в дестинации. Разработване на продукти. Насовки за дребния бизнес. Конкурентно предимство. Определяне на конкурентите. Сегментиране на пазара. Пазарните проучвания като инструмент за вземане на пазарни решения. Необходими пазарни данни за разработване на туристически продукт. Заинтересовани страни в управлението на продукта. Деференциация на продуктите. Проект: Иновациите в управлението – анализ на целесъобразността. Изготвяне на бюджет и анализ на равновесието между приходи и разходи. Проект: Ролята на рекламната кампания за успеха на продукта. Проект: Проучване на добри практики за устойчиви модели за туризъм – предлагане и потребление на туристически продукти.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРОЕКТИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ЕКОСИСТЕМИ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с основни елементи на т.нар. „етично предприемачество“ (Taylor & Walley, 2003), за да насочи тяхното внимание към възможностите за създаване и управление на устойчиви и иновативни предприемачески инициативи. Преподаването ѝ е свързано с изясняване на основни концептуални постановки, свързани с дефиницията и компонентите на предприемаческите екосистеми, значението на устойчивото предприемачество в развитието на екосистемите, ключовите заинтересовани страни и техните роли в екосистемата за туризъм и др. Специално внимание се обръща на регулаторните предизвикателства и възможности в устойчивите екосистеми. Курсът като цяло, обхваща теоретични рамки, практически казуси и практически дейности, за да предостави на студентите необходимите знания и умения, за да допринесат за развитието на устойчиви предприемачески екосистеми. Целта на дисциплината е поставена на изследване пресечната точка на предприемачеството, устойчивостта и развитието на екосистемите като предпоставка за постигане на ефективни и ефикасни резултати при развитието на туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Устойчивост в предприемачеството. Разбиране на устойчивото развитие и неговото значение за предприемачеството. Тройна крайна сметка: хора, планета и печалба. Устойчиви бизнес модели и практики в туризма. Въведение в предприемаческите екосистеми. Дефиниция и компоненти на предприемаческите екосистеми. Значението на устойчивото предприемачество в развитието на екосистемите. Ключови заинтересовани страни и техните роли в екосистемата за туризъм. Екосистемни градивни елементи. Идентифициране и картографиране на елементи на екосистемата. Достъп до капитал и механизми за финансиране за устойчиви начинания. Инфраструктура и организации за подпомагане на предприемачите. Политически и регулаторни рамки. Правителствени инициативи и политики за подкрепа на устойчивото предприемачество. Правни съображения за устойчиви начинания. Регулаторни предизвикателства и възможности в устойчивите екосистеми. Измерване на социално и екологично въздействие. Метрики за измерване на социално и екологично въздействие. Инструменти и рамки за оценка на въздействието. Включване на измерване на въздействието при вземането на бизнес решения. Сътрудничество и развитие на мрежата. Изграждане на мрежи за сътрудничество в рамките на предприемачески екосистеми. Ангажиране със заинтересованите страни и насърчаване на партньорства. Използване на ресурси и споделяне на знания за устойчиво предприемачество. Устойчиво предприемаческо мислене. Развитие на предприемаческо мислене с фокус върху устойчивостта. Идентифициране на възможности за устойчиви начинания. Иновации и креативност за водени от устойчивостта туристически бизнеси. Казуси от успешни устойчиви екосистеми. Анализирание на примери от реалния свят за устойчиви предприемачески екосистеми. Разглеждане на стратегиите и факторите, допринасящи за техния успех. Научени поуки и най-добри практики за репликация в туризма. Предприемачески екосистеми в специфични контексти. Проучване на уникални предизвикателства и възможности в различни региони или сектори. Глобални перспективи за устойчиви предприемачески екосистеми (в туризма). Културни, социални и икономически съображения в развитието на екосистемите. Създаване и прилагане на стратегии за устойчиви екосистеми. Разработване на устойчива стратегия за предприемаческа екосистема. Планиране и изпълнение на действие. Мониторинг и оценка на напредъка в развитието на екосистемата.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СПОДЕЛЕНА ИКОНОМИКА И ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм
Стопански факултет

Анотация:

Споделената икономика преживява бързо развитие и се интегрира във все по-големи сфери, включително туризма. Изучаването на дисциплината е от съществено значение за студентите, които се интересуват от туризма и са на път да влязат в индустрията. Учебният курс се фокусира върху взаимодействието между съвременната споделена икономика и сектора на туризма. Курсът разглежда влиянието на технологичните иновации и онлайн платформите върху начина, по който се пътува и изживява туризмът, както и възможностите и предизвикателствата, свързани с този процес. Целта на курса е да предостави студентите със знания и аналитични умения за разбиране на споделената икономика в контекста на туризма. Курсът се стреми да разкрие как технологичните платформи, като AirBnB, Uber и други, променят динамиките на туризма и какви са възможностите за предприемачество и иновации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в споделената икономика и нейната роля в туризма. Исторически и контекстуален преглед на развитието на споделената икономика. Влиянието на споделената икономика върху туристическата индустрия: тенденции и предизвикателства. Технологични платформи и техните роли в процеса на пътуване и изживяване на туризма. Airbnb и въздействието му върху настаняването и пазара на туристически услуги. Споделен транспорт и мобилност: Uber, Lyft и нови модели за пътуване. Онлайн платформи за туристически екскурзии, развлечения и специализирани преживявания. Ресторантьорство в споделената икономика: Food delivery платформи и гурме преживявания. Споделената икономика и устойчивият туризъм: възможности за опазване на околната среда и културното наследство. Технологични иновации в маркетинга на туризма: виртуална реалност, допълнена реалност и социални медии. Развиване на нови туристически продукти и услуги чрез споделената икономика. Ролята на социалните мрежи и онлайн рецензиите върху избора на туристически дестинации и преживявания. Етични предизвикателства и рискове в споделената икономика и туризма. Влияние на споделената икономика върху традиционните бизнес модели в туризма. Бъдещето на споделената икономика и възможностите за иновации в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СТАРТЪПИ В ТУРИЗМА**ECTS кредити: 4****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 4****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм
Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на целия процес на създаване на стартап от идея. По време на лекционния курс се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при създаване на откриване на нови идеи, нови продукти, нови услуги, как да се изгради проект на предприемачески бизнес, като проектът на всеки се подлага на критичен анализ и от неговите колеги. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Предвижда се всеки един студент да разработи курсов проект/задача по предварително зададена тема. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания, умения и със серия от инструменти и методи, които помагат да се вземе една идея и да се осъществи, по начин, по който може да се поддържа бизнесът или организацията, която я доставя. Този курс, има за цел да запознае студентите с цялостния процес по изграждане на бизнес или организация около идеята, която са разработили по време обучението си.

Съдържание на учебната дисциплина:

От идеята до стартиране на стартапа. Личностни черти на стартап предприемачите. Бизнес модели – класически, съвременни, приложими при стартапите. Начини на финансиране. Бизнес план – разработване и презентирание. Оценка на риска при стартапите. Продукт - Потребителски истории и Критерии за приемане, от изграждането на продукта до намирането на първите клиенти. Маркетинг и продажби. Дигиталната еволюцията на системите за онлайн резервации. Локални, регионални и глобални

резервационни системи в туризма. Фирмена култура. Дизайн мислене, Lean Startup и Agile: Каква е разликата? Предприемачески екосистеми и комплексност при стартъпите. Анализирани и спецификация на IT и бизнес изисквания. Моделиране на бизнес процесите. Скалиране и елевирание на стартъпа. Как действа социалното предприемачество при стартъпите. Етична рамка за устойчиво общество в ерата на дигитализацията и изкуствения интелект: възможности, рискове, принципи и препоръки. Киберсигурността в сферите на гостоприемството и туризма: подход, основан на риска.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ФИНАНСИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ИНИЦИАТИВИ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават с основите на фирмените финанси в туризма. В процеса на обучение те получават информация за капиталовата структура на туристическото предприятие, годишния финансов отчет, баланса и отчета за приходи и разходи. Обучаващите се придобиват важни умения за анализ на финансовото състояние на предприятието, управление на приходите и разходите, бюджетиране и отчитане, управление на оборотните средства. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят управленските практики, свързани с вземане на инвестиционни решения, планиране и прогнозиране в туристическото предприятие. Дисциплината добавя стойност за студентите, предоставяйки им солиден базисен минимум от финансови знания и умения, необходими за реализирането на „умни“ предприемачески инициативи. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания и умения по преподаваната материя и да изградят ясна визия за управлението на фирмените финанси в туризма. Те се запознават със съвременните практики на управление на приходите и разходите в туристическите предприятия и развиват умения да анализират и оценяват финансовото състояние на предприятията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение във финансите на туристическите предприятия. Финансов мениджмънт и предприемачество в сферата на гостоприемството. Капитал на туристическото предприятие. Капиталова структура на предприятието. Годишен финансов отчет на туристическото предприятие. Баланс на предприятието. Активи, пасиви и собствен капитал. Отчет за приходите и разходите. Анализ на финансовото състояние на предприятието. Печалба и рентабилност. Коефициенти, използващи оперативни мерки. Управление на разходите. Схеми за класификация на основните разходи. Качествени и бихейвиористични фактори в управленските решения. Анализ „разходи-обем-печалба“. Марж на приноса. Анализ на рентабилността. Бюджетиране и отчитане. Разходи, приходи, печалба и инвестиционен план. Гъвкаво бюджетиране, дисперсионен анализ и бенчмаркинг. Ценообразуване – фактори и методи. Управление на парите в брой. Управление на вземания. Управление на инвентара. Управление на задълженията. Управление на оборотните средства. Инвестиционни решения. Счетоводна норма на възвръщаемост. Нетна настояща стойност. Вътрешна норма на възвръщаемост. Финансов анализ в туристическото предприятие. Показатели за рентабилност. Показатели за ефективност. Показатели за ликвидност. Показатели за финансова автономност. Показатели за събиране на вземанията и погасяване на задълженията. Показатели за динамика. Показатели за структура. Прогнозиране и планиране в туристическото предприятие

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ВЕРИГИТЕ НА ДОСТАВКИТЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината е избираема учебна дисциплина и е конципирана като уводен курс, който обяснява методите, използвани в бързо развиващата се област управление на веригата на доставки в туризма. Основната цел се свежда до няколко акцента: (i) придобиване на теоретични знания и практическа информация за същността на веригата на доставките; (ii) познаване на основните характеристики при управлението на веригата на доставките на макро ниво (туристическа дестинация); (iii) познаване на особеностите на управлението на веригата на доставките на микро ниво (туристическо предприятие). Тъй като дигитализацията на икономиката и ефектите от пандемията също оказаха съществено значение върху областта на управлението на веригата за доставки и покупките, то студентите се въвеждат в теоретико-приложния апарат на същността на управление на веригата на доставките и значението на този вид мениджърска дейност в туристическия бранш.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и характеристика на управлението на доставките в туристическата индустрия. Международни, национални и европейски особености в управлението на доставките в туризма. Цели на управлението на доставките в туризма. Връзки на управлението на доставките с логистиката в туризма. Ролята за прогнозирането при управлението на доставките. Планиране и контрол на логистичните дейности и на информационните потоци на макро и микро ниво. Управление на доставките и управление на операциите. Управление на доставките в контекста на маркетинговата организационна теория. Управление на доставките и информационни системи за стратегическо управление. Ефективност на управление на доставките чрез оптимизиране на процесите на снабдяване, производство и доставка. Координиране, интегриране и контролиране на продуктовете, информационните и финансовите потоци в туристическото предприятие.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРИЛОЖНИ МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има силен практически фокус и акцентира върху провеждането на маркетингови проучвания в туризма. Цели да развие разбиране на основните методи и стъпки при емпирично изследване, включително анализ и представяне на резултатите. Целта на дисциплината е да се придобият провеждане на маркетингово проучване в сферата на туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в маркетинговите проучвания в туризма: Основни понятия, роля и значение на маркетинговите проучвания за туристическия бизнес. Дизайн на проучването: Планиране на маркетингови проучвания, определяне на цели и избор на подходящи методи и техники. Събиране на данни: Избор на методи за събиране на данни - анкети, интервюта, наблюдения и други. Анализ на данните: Обработка и интерпретация на събраните данни, използвайки статистически инструменти и софтуер. Сегментация на пазара и целева аудитория: Идентификация на потребностите на различни сегменти от пазара и определяне на целевата аудитория. Прилагане на различни методи и техники за анализ на туристическия пазар - SWOT анализ, PESTEL анализ, конкурентен анализ и др. Определяне на конкурентни предимства: Изследване на конкурентната обстановка и определяне на конкурентните предимства на туристическите продукти и услуги. Потребителски поведения и предпочитания: Изучаване на поведението на туристите, техните мотивации и предпочитания. Маркетингови сегменти и

тенденции: Анализ на различни маркетингови сегменти и текущите тенденции в туристическата индустрия. Интернет и социални медии в маркетинговите проучвания: Използване на онлайн платформи и социални мрежи за събиране на данни и анализ на туристическия пазар. Пазарна позиция и брендиране: Анализ на пазарната позиция на туристически марки и разработване на стратегии за брендиране. Маркетингови комуникации и реклама: Оценка на ефективността на маркетинговите комуникации и рекламни кампании. Клиентско удовлетворение и лоялност: Измерване на клиентското удовлетворение и разработване на стратегии за увеличаване на клиентската лоялност. Прогнозиране на тенденции и промени: Използване на маркетингови проучвания за прогнозиране на бъдещи тенденции и адаптиране на стратегиите. Етика и отговорност в маркетинговите проучвания: Разглеждане на етичните аспекти на събирането и използването на данни в маркетинговите проучвания.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ И ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

С професионализацията на икономическите сектори в туризма, интелектуалният капитал се утвърждава като сравнително нова и устойчива концепция. Лекционният курс цели да представи интелектуалния капитал като безценен сбор от всички нематериални активи на туристическото предприятие, които една организация може да превърне в капитал от знания с добавена стойност. На вниманието на студентите се представя взаимовръзката между този нов вид схващане, поставено на фона на новите възможности за развитие и постигане на конкурентно предимство в туризма. Също така студентите се запознават с преимуществата на интелектуалния капитал, свързани с интелектуалната собственост в туризма. В курса се дискутира точно тази добавената стойност в нейния широк и тесен смисъл. Участието в решаването на различни по характер казуси дават възможност на студентите да познават в детайл интелектуалния капитал и конкурентните стратегии в туристическата индустрия като цяло, а и в частност. По този начин те придобиват профилирани знания и умения за идентифициране естеството на връзката между интелектуалния капитал и интелектуалната собственост в туристическата дейност.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и основни схващания за Интелектуалния капитал (IC). Същност и характеристика на интелектуалния капитал в туристическата дейност. Структурен капитал в туризма – стойност на процесите. Структурен капитал в туризма – стойност на технологиите. Капитал на взаимоотношенията в туризма. Стойност на мрежите от взаимоотношенията в туризма. Измерване на интелектуалния капитал. Създаване на отчетност за интелектуалния капитал. Човешки капитал – стойността на уменията. Управление на знанието в туризма. Управление на знанието чрез интелектуална собственост в туризма. Същност и роля на интелектуална собственост в туризма. Концепцията за интелектуалната собственост чрез концепция за контрол. Концепция, ориентирана към интелектуалната собственост в туризма. Взаимовръзка между интелектуалния капитал и интелектуалната собственост в туризма. Добри практики на интелектуалната собственост в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4**Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на дигиталните инструменти за сферата на туризма. По време на лекционния курс се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при запознаването им с теоретични и практични приложения на съвременните дигитални приложения в управлението и оперативните дейности на организациите, фирмите и компаниите в туризма. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания, умения и със серия от инструменти и методи, които помагат при имплементирането на съвременните ИКТ в цялостното туристическо предлагане. Този курс, има за цел да запознае студентите с основните знания и умения за организация и управление на процесите, при развитие на туристическата дейност в ерата на дигитализацията и при изследването и анализирането на явленията и процесите в туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Индустрия 4.0 и туризъм 4.0. Дигитализацията на обществото като фактор за промяна на потребителските предпочитания в туризма. Теоретични дискурси на дигитализирания туризъм. Елементи на Индустрия 4.0, приложими в сферата на туризма. Големи информационни масиви и облачни технологии – Big Data. Интернет на нещата (IoT). Геймификация. Изкуствен интелект (AI). Приложения на виртуалната и адаптивната реалност. Науката за данните. Дигиталната еволюцията на системите за онлайн резервации. Локални, регионални и глобални резервационни системи в туризма. Дигитални туристи. Дигитални медии. Маркетинг 4.0. Анализиране и спецификация на IT и бизнес изисквания. Онлайн канали за дистрибуция и управление. Етична рамка за устойчиво общество в ерата на дигитализацията и изкуствения интелект: възможности, рискове, принципи и препоръки. Киберсигурността в сферите на гостоприемството и туризма: подход, основан на риска.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ**ECTS кредити: 4****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 4****Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите със същността и характеристиката на маркетинга в социалните медии - социалните мрежи, микроблоговете, видео сайтовете, блоговете и сайтовете за социален букмарк. Доброто познаване и използване на социалните медии е час от новите правила в туристическия маркетинг. Студентите ще се сдобият със знания за това как чрез социалните медии могат да постигнат висок трафик към фирмения си сайт, да създадат интерес към марката си, да съберат обратна информация от клиентите си, да използват маркетингова стратегия, с която да достигат директно до купувачите си и да създадат своя собствен медиен бранд. Целите са студентите да придобият базови знания, ключови компетентности и практически умения по преподавания материал и най-вече за конкретните стъпки в света на маркетинга на социалните медии, където съвременният човек прекарва голяма част от свободното си време. Фокусът е поставен върху усвояване на устойчиви маркетинг модели и предприемаческо мислене, поведение и качества, способстващи реализацията на успешни маркетинг проекти в социалните медии на туристическата сфера.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на маркетинга в социалните медии. Видове социални медии. Стратегическия маркетинг и социалните медии. Методологически въпроси. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - социални мрежи. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - микроблогове. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - видео сайтовете. Характеристиката на маркетинга

в социалните медии - блогове и сайтове за социален букмарк. Инструменти за наблюдение в социалните медии (Hootsuite, Keyhole, и Sprout Social). Общностите по съдържание (Content Communities). Грижа за клиента чрез социалните медии. Анализ на правната рамка за страната/региона. Увеличаване на механизмите за отзиви в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.