



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: Управление на туристическите агенции

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 „Управление на туристическите агенции”, както и областите на тяхната бъдеща професионална реализация.

Съобразена е с тенденциите на пазара на труда в България и Европейския съюз, както и със световните практики и опит, на базата на целенасочено проведени проучвания в тази насока.

Завършилите магистърската програма по „УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ” получават ключови управленски компетенции в дефиниране на концепциите за пътуване и туризъм и идентифициране на факторите, мотивиращи хората да пътуват, както и на причините да се избират посредници за пътуване.

Това им позволява да се реализират успешно като мениджъри и други видове управленски персонал в областта на вътрешния и международния туризъм, в научни организации, институции и университети, в администрациите за управление на туристически дестинации и в частни и държавни дружества с предмет на дейност, идентичен с придобитите по време на обучението по специалността компетенции, в институции и организации на публичната администрация на ниво централна и местна власт, както и в международни организации от областта на туризма.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Магистърската програма по „УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ” е предназначена да надгради теоретичните знания и практическите умения на обучаващите се, с цел да повиши капацитета им за организиране на собствен туристически бизнес и/или изпълнение на топ-мениджърски функции.

Обучението на студентите включва задължителна специализираща подготовка, избираеми дисциплини и факултативен блок. На тази база, в учебния план са включени дисциплини, които изграждат базата от знания, свързани с управление и организация на дейността в туристическата агенция, маркетинга, глобалните резервационни системи, разработването и промотирането на туристически продукти, ценообразуване, логистика и пр.

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

Знания

Специалистът с образователно-квалификационна степен "магистър" от магистърската програма по „Управление на туристическите агенции ” притежава висока организационна, социална и икономическа култура. Знанията му са свързани с управлението, планирането и технологията на

осъществяване на туроператорска и туристическа агентска дейност, както и са свързани със специфични процеси и дейности, типични за индустрията на туризма и пътуванията.

Умения

Специалистът, обучавал се по програмата, притежава конкретни умения в областите на: управлението на туроператорската и агентска дейност, маркетинга, разработването и промотирането на туристически продукти, използването на глобалните резервационни системи, ОТА и пр. Завършилите магистърската програма притежават по-конкретно следните умения:

- Да реализират самостоятелна предприемаческа дейност (включително и функциите по цялостното управление, планиране, организация и контрол на туристическите агенции и туроператорските фирми, включително като формулират необходимите стратегически и оперативни цели и политики;
- Да имат способност за самостоятелно аналитично и критично мислене;
- Да генерират селектират 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 споделят 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

Специалистът, завършил ОКС "магистър" с професионална квалификация "Управление на туристическите агенции" придобива компетентности, чиито характеристики следват 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, съответно ниво 7 от НКР. В своята съвкупност, те предвиждат обучаващите:

- да предлагат управленски решения в туроператорската и агентска дейност;
- да притежават необходимия капацитет за избор и изпълнение на управленски решения в съответствие и прилагане на международното, европейското и националното законодателство в областта на туристическите агенции;
- да боравят с технологичните системи в туроператорската и агентска дейност, особено в аспекта на ОТА;
- да притежават необходимия капацитет за проектиране, разработване и промотиране на туристически пакети
- да проучват и интегрират в дейността тенденциите в развитието на туристическия бизнес в международен мащаб;
- да имат капацитета да координират работата на отделни служители/отдели/подразделения в съответната организация/фирма;
- да имат капацитета да управляват връзките с участниците в логистичните системи, осигуряващи функционирането на туристическата верига.
- 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

Натрупаните знания и приложни умения завършилите могат да прилагат интегративно при анализа на:

- пазара на туристическите услуги

- състоянието и развитието на туристическите ресурси в различните географски райони

- нормативните актове и тяхното съблюдаване в хотелиерството, ресторантьорството, туроператорската и агентската дейност, рекламата и пр. дейности свързани с туризма.

Курсът на обучение в магистърската програма завършва с разработване на магистърска теза, темата на която е съобразена с индивидуалните интереси на обучаващите се, предвид бъдещата им професионална реализация.

Придобиването на ОКС Магистър, с професионална квалификация „Управление на туристическите агенции“, дава на обучаващите се теоретични и практически умения и знания, които предпоставят възможности за работа на различни длъжности в областта на туризма, за ръководство на различни звена и сектори от туроператорската и агентска дейност.

5. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите обучението си по специалност Туризъм могат да упражняват следните професии и да заемат съответните длъжности съгласно Националната класификация на длъжностите, 2022 и 2023 г.:

1120 / 7043 Ръководител/директор, обособено звено транспорт; 1120 / 7045 Регионален мениджър; 1120 / 7046 Управител, клон на търговско дружество; 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; 1213 / 7015 Икономически директор; 1213 / 6016 Мениджър, корпоративно планиране; 1213 / 7017 Заместник-директор на дирекция, администрация; 1324 / 5025 Ръководител група, транспорт; 1324 / 5026 Ръководител, транспорт; 1324 / 3027 Ръководител смяна, транспортно експлоатационно звено; 1324 / 3028 Ръководител смяна, ремонтно звено; 1344 / 6006 Социален предприемач, социални услуги; 1411 / 3001 Ръководител, отдел в хотел; 1411 / 3002 Управител,

хотел; 1411 / 3003 Управител, хотел; 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 (кейтеринг); 1412 / 3009 Ръководител, отдел в ресторант; 1412 / 3010 Гостилничар; 1412 / /3011 Съдържател, ресторант; 1439 / 3014 Хиждар; 1431 / 3015 Управител, отдих; 1431 / 3020 Управител, развлекателни/увеселителни паркове; 1431 / 6021 Ръководител, отдел в културните дейности; 1431 / 6022 Ръководител отдел, отдих; 1431 / 6023 Ръководител отдел, спортни дейности; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 3004 Управител, туристическа агенция; 1439 / 3005 Управител, бюро за услуги; 1439 / 3006 Управител, хижа; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 3003 Управител, къмпинг; 1439 / 6007 Ръководител, отдел в туристически агенции; 1439 / 3008 Ръководител, контактен център; 1439 / 3009 Ръководител, конферентен център; 1439 / 5012 Ръководител, база; 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 магистърска програма "Управление на туристическите агенции" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по управление на туристическите агенции" 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: УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ
 ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ
 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. Геотуризм 2. Управление на храните и напитките 3. Управление на туристическите атракции 4. Балнеоложки туризм 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. Управление на туроператорската и агентска дейност 2. Управление на маркетинга в туризма 3. Разработване и промотиране на туристически продукти 4. Глобални резервационни системи 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. Ценообразуване в туроператорската и агентска дейност 2. Туристически транспорт и логистика 3. Он-лайн туристически агенции (ОТА) 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 една дисциплина)	
1. Управление на проекти в туристическите агенции (разработване на практически проект) 2. Проектиране на туристически маршрути (разработване на практически проект) 3. Екскурзоводска дейност и водене на туристически групи (разработване на практически проект) 4. Взаимодействие и грижа за клиента 5. Специализирани туроператори	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. Бизнес етика и защита на потребителите в туризма 2. Застраховане в туризма 3. Финансиране на туристическите операции 4. Управление на веригата на доставките в туризма 5. Анализ на конкурентната среда (разработване на практически проект)	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: Туризъм
Магистърска програма: Управление на туристическите агенции

ВЪВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

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 Туризъм

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 развлечение. 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. Разточителното 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 лично 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 Туризм

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 възприемане, 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 Туризъм

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.

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРОПЕРАТОРСКАТА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

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 Туризъм
Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с дейността, осъществявана от туристическите агенции – туроператори и туристически агенти. По своята същност, тя планира, организира, насочва, контролира, координира и обединява всички ресурси по такъв начин, че да може да постигне целите. И, когато функционалните области на управление са свързани с организационните цели, туристическата агенция реализира печалби след задоволяване на очакванията на потребителите. Преподаването ѝ е свързано с отчитането на промените в сектора на туризма и транспорта, както и на потребителските нагласи и модели. В тази връзка, специално внимание се отделя на управленските подходи и условията и влиянията на средата, в която се реализират, както и на вземането на управленски решения. Курсът като цяло, обхваща теоретични постановки, на така също използва добри практики и други примери, за да илюстрира разглежданите процеси и да предостави на студентите необходимите знания и умения, които да допринесат за материята.

Съдържание на учебната дисциплина:

Роли на туристически агенции и туроператори. Отговорности: Въведение, Ролята на туроператорите в туризма. Бизнес, роли и отговорности на туристически агенции. Услуги, предлагани от туроператори и туристически агенти. Връзка с авиокомпаниите, връзка с турист. Доставчици на транспорт, връзка с настаняване. Доставчици, отношения между туристически агенти и туроператори. Туристически пакет: Правни въпроси. Основи на организирането на туристически пътувания: Въведение, индивидуални и групови пътувания; пътувания с екскурзовод и ръководител на група; инсентив пътувания, обиколки, персонализирана обиколка, специални услуги от туроператори. Планиране и организиране на туристическо пътуване. Управление на пътуването. Резервация на полети. Настаняване, информация за пътуване, грижа за туриста. Разходи и приходи при организиране на туристическо пътуване: фактори, влияещи върху дизайна на пътуването. Пакети, видове разходи в туристически пакети. Работен лист за ценообразуване на пакетна обиколка, източник на приходи за туроператора, стратегии за увеличаване на приходите, съвети за увеличаване на приходите. Дистрибуторска мрежа на туристическите агенции: сътрудници търговски агенти, общи продажби. Онлайн туристически агенции. Управление на взаимоотношенията в туристите. Управление на предлаганите дестинации. Партньорски взаимоотношения. Решения в управлението на туристическата агенция. Избор на решение: Цели на туристическата агенция. Видове стратегии: Глобални стратегии, Интернационални стратегии, Фирмени стратегии, Бизнес стратегии, Функционални стратегии, Операционни стратегии. Стратегическо мислене. Стратегически качества. Значими туристически асоциации и организации в международен план. Значими туристически асоциации и организации в България.

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 Туризъм
Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс 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:

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Въведение в мениджмънт на маркетинга в туризма. Значение, развитие, перспективи и елементи на мениджмънт 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.

РАЗРАБОТВАНЕ И ПРОМОТИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е предназначен за студенти и професионалисти в сферата на туризма, които желаят да развият уменията си в областта на създаването и промотирането на успешни туроператорски продукти. В рамките на курса участниците ще се запознаят със стратегиите за разработване на уникални и привлекателни туристически продукти, както и с инструментите за ефективното им промотиране на пазара. Курсът ще предостави на участниците необходимите знания и умения, за да станат успешни професионалисти в индустрията на туризма и туристическия мениджмънт.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в туроператорските продукти: Основни понятия и дефиниции в туризма и туроператорската индустрия. Анализ на туристическия пазар, идентификация на потребностите на целевата аудитория и конкурентни предимства. Тенденции в туристическата индустрия: Преглед на актуалните тенденции и иновации, които влияят на разработването на туроператорски продукти. Сегментация на пазара и целева аудитория: Определяне на подходящи сегменти от пазара и насочване на продуктите към конкретни групи клиенти. Създаване на туристически продукт: Процесът на проектиране и разработка на уникален туроператорски продукт, включително маршрутни планове и услуги. Качество и управление на риска: Методи за осигуряване на качество на туроператорския продукт и управление на рисковете в туризма. Транспорт и логистика: Оптимизация на транспортните решения и логистиката за ефективност на туристическите продукти. Хотелиерство и настаняване: Избор на подходящи хотели и настаняване за различните типове туристически групи. Екскурзоводство и уреждане на услуги: Разработка на програми за екскурзоводство и организация на допълнителни услуги за клиентите. Технологии за резервации и управление на продажбите: Използване на съвременни технологии за управление на резервации и продажби. Маркетинг на туроператорски продукти: Стратегии за маркетинг и позициониране на туроператорските продукти на пазара. Ценообразуване и финансов анализ: Процес на определяне на цените и финансов анализ на туроператорските продукти. Промоция и реклама: Използване на различни канали за промоция и реклама на туроператорските продукти. Отзиви и управление на клиентски опит: Важността на отзивите от клиентите и методи за управление на клиентския опит. Отговорност и етика: Етичните аспекти и отговорността на туроператорите към околната среда, културното наследство и обществото.

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

ГЛОБАЛНИ РЕЗЕРВАЦИОННИ СИСТЕМИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът ще представи на студентите основните понятия, оперативни аспекти и технологични иновации в областта на глобалните резервационни системи. Студентите ще разберат как функционират резервационни системи, какви са техните предимства и предизвикателства, как се интегрират с хотелски и ресторантски бизнеси и как влияят на гостоприемството като индустрия. Основна цел на курса е: Да предостави основни познания за работата на глобалните резервационни системи. Да разкрие значението на резервационните системи в индустрията на гостоприемството. Да покаже технологичните и оперативни аспекти на интегрирането на резервационни системи в бизнес процесите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в глобалните резервационни системи: понятия и функции. Исторически обзор на развитието на резервационните системи. Различни видове резервационни системи: хотелски, авиационни, ресторантски и други. Технологични иновации в резервационните системи: онлайн платформи и мобилни приложения. Предимства и предизвикателства на използването на резервационни системи. Работа и функционалности на глобалните дистрибуционни системи (GDS). Интегриране на резервационни системи с хотелски и ресторантски операции. Резервации и управление на наличността: роля и влияние върху приходите. Оптимизация на ценообразуването чрез резервационни системи. Процес на резервация: от създаване на заявка до потвърждение и плащане. Тенденции в областта на глобалните резервационни системи. Влияние на резервационните системи върху потребителските предпочитания и поведение. Ролята на социалните медии и онлайн рейтингови платформи в резервационните системи. Законови и регулаторни аспекти на резервационните системи. Бъдещето на глобалните резервационни системи: иновации и развитие.

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ (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:

Курсът има за цел да запознае студентите със същността и характеристиката на управленските въпроси в туристическите агенции и конкретно с задачите, които се отнасят до планирането, контрола, мониторинга и работата по проектите, подчинени на целите поставени от туристическата агенция. Целта е дисциплината да предостави знанията и уменията на студентите, необходими за разработване на проекти и пускането им на международен пазар. Целите са студентите да придобият базови знания, ключови компетентности и практически умения по преподавания материал и най-вече да се запознаят със същността на управленските подходи, планиране и стартиране на нови туристически продукти, прилагане на нови технологии за иновации в агенциите и туристически дестинации и накрая, проектиране на продукти и услуги за конкуренция на международния пазар.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теоретични основи на управлението. Същност и специфика на вземането на управленско решение. Характеристика на основните управленски функции. Стратегическо планиране. Процес на стратегическо планиране. Методология на изпълнение (прилагане) на стратегически план. Етапи на процеса на изработване на управленски решения. Методологии за управление на проекти в туристическата агенция

(Waterfall, Lean, Agile, Kanban, Scrum). Дигитална трансформация на туристическия бизнес и преживявания. Иновативни управленски подходи в туризма. Пазарен и продажбен потенциал на туристическата агенция. Разработка на прогнозите за продажба. Прогнозни методи. Етика и социална отговорност при вземането на управленски решения. Управление на конфликтите. Интернационализацията на туристическите агенции. Туристически панаири (IBTM, Smart Tourism Congress CETT Barcelona, 4YFN, Mobile World Congress или B-Travel и др.)

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 ТУРИСТИЧЕСКИ МАРШРУТИ
(РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)**

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:

Курсът има за цел да предостави на студентите и професионалистите в областта на туризма необходимите знания и умения за създаване на привлекателни и добре организирани туристически маршрути. Стдентите ще научат как да проектират маршрути, които обхващат интересни и значими туристически забележителности, отговарят на различните потребности на клиентите и осигуряват запомнящо с туристическо преживяване.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в проектирането на туристически маршрути: Основни понятия и компоненти на туристическия маршрут, ролята му в туризма и възможни предизвикателства. Пазарен анализ: Анализ на туристическите тенденции, предпочитанията на клиентите и потребностите на различни сегменти от пазара. Целева аудитория и сегментация на пазара: Идентификация на целевата аудитория и адаптиране на маршрутите спрямо специфичните интереси и предпочитания на туристите. Избор на туристически забележителности: Процесът на избор на атракции и забележителности, които да бъдат включени в маршрута. Транспорт и логистика: Планиране на транспортните връзки и оптимизиране на логистиката за ефективност на маршрута. Настаняване и хранене: Избор на подходящи места за настаняване и хранене по време на туристическия маршрут. Културно и историческо наследство: Включване на културни и исторически обекти в маршрута и разработка на образователни преживявания. Природни забележителности и екологичен туризъм: Разработка на маршрути, които подпомагат устойчивия туризъм и запазват природната среда. Активен туризъм и приключенски дейности: Включване на приключенски спортове и активни дейности в туристическия маршрут. Продажба и маркетинг на туристически маршрути: Стратегии за привличане на клиенти и продажба на маршрутите на пазара. Финансово планиране и бюджетиране: Определяне на разходите и приходите от маршрутите и изготвяне на финансови бюджети. Управление на риска и безопасност: Разработка на мерки за управление на рисковете и осигуряване на безопасността на туристите по време на маршрута. Измерване на успеха: Оценка на ефективността на маршрутите и методи за измерване на клиентското удовлетворение. Технологии в проектирането на маршрути: Използване на съвременни технологии и софтуери за създаване и визуализация на туристически маршрути. Отговорност и етика: Разбиране на отговорността на туроператорите към обществото, културното наследство и околната среда при проектирането на маршрутите.

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.

**ЕКСКУРЗОВОДСКА ДЕЙНОСТ И ВОДЕНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ГРУПИ
(РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)**

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 Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът представя участниците в света на професионалното водене на екскурзии и туристически групи. Екскурзоводите играят изключително важна роля в туристическата индустрия, като те са лицето на дестинацията и ключов фактор за успешното преживяване на туристите. Те не само предоставят информация и забавление, но и създават вълнуващи и обогатяващи емоции, които остават в паметта на гостите. Курсът има за цел да подготви студентите да станат компетентни екскурзоводи, способни да водят разнообразни туристически групи. Основният акцент на учебната програма е върху развитие на умения за създаване на ефективна комуникация с гости от различни култури и създаване на интересни и информативни програми. Курсът обхваща теоретични и практически аспекти на професията, съчетавайки знания за култура, история, комуникация и организация на екскурзии.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в екскурзоводството и ролята му в туризма. Туристически дестинации и технически аспекти на екскурзиите. Историческа и културна информация за дестинацията. Межкултурна комуникация и взаимодействие с туристите. Ефективни методи за ръководство и организация на групи. Интересни факти и забавни истории за дестинацията. Планиране на туристически програми и активности. Професионално поведение и етика на екскурзовода. Безопасност и справяне с критични ситуации по време на екскурзии. Подробни знания за забележителностите и атракциите на дестинацията. Взаимодействие с хотели, ресторанти и други партньори. Интерактивни активности и участие на туристите. Организация на транспорт и логистика на екскурзии. Професионално развитие и възможности за кариерно напредване. Персонално оценяване и подобрение на ефективността на екскурзии.

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.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА

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 Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават със съвременните теории, практически подходи и инструменти за добрата грижа за клиента. В процеса на обучение те получават информация за изграждане на добри взаимоотношения с клиентите, постигане на лоялност и изграждане на доверие. Запознават се с различните средства за обратна връзка от клиентите, създаване на клиентски бази данни и клиентска стойност. Студентите придобиват знания за различните подходи за подобряване на грижата за клиента и максимизиране на клиентската удовлетвореност и лоялност. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания и умения по преподаваната материя и да изградят ясна визия и убеждение, че добрата грижа за клиента стои в основата на успеха и конкурентоспособността на бизнеса и е част от брандинг стратегията на организацията; качествено обслужване на клиентите генерира стойност за бизнеса.

Съдържание на учебната дисциплина:

Еволюция на взаимоотношенията и грижата за клиента. Създаване на стойност чрез клиентите. Технологичната революция и взаимоотношенията с клиентите. Изграждане на взаимоотношения с клиентите. Масови медии и брандинг. Програми за лоялност. Изграждане на доверие сред клиентите. Основни задачи за създаване и управление на взаимоотношенията с клиентите. Идентифициране на клиентите. Създаване и използване на клиентски бази данни. Диференциране на клиентите. Стойност на клиента. Справяне с трудните клиенти. Поведение и потребности на клиентите. Категоризиране на клиентите според техните потребности. Изграждане на стойност за клиента. Взаимодействие с клиентите. Стратегия за сътрудничество с клиентите. Справяне с оплаквания. Разбиране на клиентите, диалог и социални медии. "Обслужване в тълпата"- клиенти, помагачи на други клиенти. Поверителност

и защита на личните данни на клиентите. Обратна връзка от клиентите. Персонализиране на стандартизирани продукти и услуги. Създаване на стойност. Клиентска лоялност и клиентски капитал. Измерване и анализ на възвръщаемостта. Максимизиране на дългосрочната стойност. Подобряване на грижата за клиента. Стратегия за обслужването и взаимоотношенията с клиентите. Модел за максимизиране на клиентската удовлетвореност и лоялност. Грижата за клиента като основен реквизит на брандинг стратегията. Персонализирани брандове за пазарни сегменти

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.

СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ТУРОПЕРАТОРИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Този курс предоставя солидна основа за студентите, които желаят да се занимават със специализирани туроператорски дейности и да се превърнат в успешни професионалисти в туристическия сектор. Цели: Да предостави теоретични и практически познания за различните аспекти на специализираните туроператори. Да обучи студентите как да разработват, управляват и предлагат специализирани туристически продукти. Да разберат важноста на устойчивия туризъм и етичните аспекти на специализираните туристически дейности.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в специализираните туроператори: История, определение и роля в туризма. Типове специализирани туроператори: Обзор на различните видове специализирани туроператори и техните специфични характеристики. Управление на специализирани туроператори: Организационна структура, ключови функции и предизвикателства в управлението на специализирани туроператори. Туристически продукти и пазари: Анализ на специализираните туристически продукти, техните характеристики и целевите пазари. Отговорно пътуване: Изисквания е тенденции при специализираните туроператори. Индустрия за приключенски туризъм: Изследване на тенденции и възможности в индустрията за приключенски туризъм. Гурме туризъм: Развитие и възможности за специализирани туроператори. Медицински и здравни турове: Анализ на медицинските и здравните турове, специализираните услуги и дестинации. Винени турове: тенденции, типология, фактори за успех. Туризм за пазаруване и мода: Ролята на специализираните туроператори в насочването на туристи към модни за пазаруване дестинации. Туризм за културно наследство: Изследване на специализирани туроператори, които се фокусират върху културното наследство и археологическите обекти. Туризм за екологична и отговорна посока: Оценка на екологичния туризъм и специализираните туроператори, които подкрепят устойчивия туризъм. Орнитоложки туризъм и туризъм на дивата природа: Специфики, дестинации, услуги. Туризм за лукс и спа: Изследване на луксозния туризъм и специализираните туроператори, които предлагат спа услуги и релаксация. Индустриални стандарти и регулации: Преглед на туристическите стандарти и регулации, които засягат специализирания туризъм

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.

ЦЕНООБРАЗУВАНЕ В ТУРОПЕРАТОРСКАТА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Вид на изпита: писмен

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с ключовите фактори за ценообразуване като оперативни разходи, марж на печалба и разходи за дистрибуторска мрежа (често наричани комисионни). Всички те се отчитат при определяне на тарифата за оферирание на туристическия продукт и са сред водещите фактори за успех в туристическата индустрия. Преподаването ѝ е свързано с постановката, че гарантирането на стабилна позиция и интерес към туристическата агенция, управляващите я, следва да провеждат последователна, точна и конкурентна ценова политика. В тази връзка, специално внимание се отделя на видовете цени и подходи за ценообразуване, както и на разбирането на пазарните предпочитания. Курсът като цяло, обхваща теоретични постановки и практически казуси, за да предостави на студентите необходимите знания и умения, които да допринесат за разбирането и овладяването на техниките за ценообразуване в туроператорската и агентска дейност.

Съдържание на учебната дисциплина:

Ролята на цената и ценообразуването в маркетинга на туризма. Възприемане на туристите за цената. Видове цени. Ценова стратегия. Определяне на цените и управленските цели. Генерични ценови стратегии. Ценообразуване и конкурентна среда. Маркетинговият микс и жизненият цикъл на продукта. Икономика на ценовата дискриминация. Ценообразуване във фирми с множество клонове и продукти. Ценообразуване при пиково натоварване. Ценова политика и ролята на държавата. Фактори, които влияят върху ценовите стратегии. Ценова политика. Ценообразуване на продукт/услуга. Конкурентна среда. Предпочитания на потребителя. Естество на потребителските предпочитания. Криви на безразличие. Характеристики на кривите на безразличие. Концепцията за полезност. Анализ на потребителското търсене. Крива на пазарното търсене. Понятие за еластичност. Цена: чувствителност. Фактори, влияещи върху ценовата чувствителност. Измерване на ценовата чувствителност. Видове измервателни процедури. Използване на техниките за измерване по подходящ начин. Съвместен или TRADE-OFF анализ. Измерване на ценовата чувствителност. Приложение на Microsoft Excel.

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 ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА**ECTS кредити: 3****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 4****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават със технологията на транспортното обслужване за нуждите на туризма. Дисциплината разкрива технологията на транспортното обслужване според различните видове транспорт- въздушен, воден, автобусен, железопътен и др. Запознава студентите с възможностите за развитие на нови видове транспорт, например интермодален, както и със същността на международната логистика, веригите на снабдяване и дистрибуционните канали. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания по преподаваната материя, която включва транспортните маршрути и тяхното влияние върху туризма, значението на обществения транспорт, както и значението на частния вид транспорт, анимацията в различните видове транспорт и логистиката на стоки и услуги в туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въздействие на транспорта върху туризма. Интермодален транспорт в туристическата индустрия. Основни форми на транспорт в пътуванията и туризма. Международен туризъм и туристически транспортни организации. Как транспортните маршрути влияят на населените места и индустрията. История и значение на обществения транспорт. Общественият транспорт в миналото. Транспортната революция: магистрали до параходи и железопътни линии. История на обществения транспорт. Какво е международна логистика? Определение и обяснение. Методът на транспортния модел: употреби и примери. Логистика на стоки и услуги. Транспортният проблем: характеристики, видове и решения. Анимация в транспортните средства. Дистрибуционни канали в глобалния транспорт и влиянието им върху веригата на доставки. Частен транспорт - предимства и недостатъци.

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.

ОН-ЛАЙН ТУРИСТИЧЕСКИ АГЕНЦИИ (ОТА)

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с особеностите и развитието на онлайн резервационните системи в туризма в ерата на интернет и дигиталните посредници. Очертана е схемата и структурата на онлайн дистрибуционните канали в сферата на туризма и биват изведени основните функции на тези дистрибуционни канали. Целта на дисциплината е да запознае студентите с различните видове участници в дигиталната мрежа за дистрибуция на туристически продукт, като Глобални дистрибуционни системи, Компютърни резервационни системи и Онлайн турагенции. С преподаването на този курс ще се изградят знания засягащи понятия PMS, channel manager, CRM, booking engine и други. Внимание е отделено за запознаването с таксите и комисионните, които туристическите предприятия генерират при използването на различни онлайн дистрибуционни канали. Курсът като цяло, обхваща теоретични постановки и практически казуси, за да предостави на студентите необходимите знания и умения, които да допринесат за разбирането и овладяването на техниките за работа с онлайн резервационни системи и онлайн турагенции.

Съдържание на учебната дисциплина:

Ролята на дистрибуционните канали в маркетинга на туризма. История на развитието на онлайн дистрибуционните канали. Видове онлайн дистрибуционни канали. Онлайн резервационни системи по сектори в туризма. Авиолинии и авиопревозвачи. Туроператори и турагенции. Хотелиерство. Транспорт, наземен и по море. Интермедиация и дисинтермедиация в дистрибуционния процес в туризма. Обща схема на електронния пазар – Buhalis. Централни резервационни системи – CRS. Глобални дистрибуционни системи – GDS. Онлайн турагенти – ОТА. Онлайн туристически агенции в хотелиерството. Видове. Принцип на работа. Комисионни и такси. Онлайн резервационни системи в аспекта на икономиката на споделянето в туризма. Airbnb, Homeway, Flipkey, Couchsurfing, Uber, Lyft, Bolt, We Work и други. Онлайн турагенции в сферата на авиотранспорта, наземния транспорт и морските круизни линии. Scyscanner, Kiwi, Momondo, Skiplagged, Kayak, Norper, Cheapoair и други. Преглед на функционалните особености на най-големите онлайн турагенции в хотелиерството. Booking.Com, Expedia, Hrs, Strip, Agoda и други. Крайният потребител като цел на онлайн резервационните системи. Възможността за изява на потребителя и оценяване н неговото мнение. Платформи за оценка на туристическия продукт онлайн. Tripadvisor, Google, ОТА уебсайтове. Туристическият маркетинг в преход към маркетинг 4.0 – споделяната икономика чрез дигитални канали. Маркетинг на взаимодействието между клиентите и компаниите.

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.

БИЗНЕС ЕТИКА И ЗАЩИТА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Акцент в програмата съставляват икономическите познания с етично-философско разбиране. В учебната ви програма са включени предмети като етика, философия и социални науки, но също така и икономика, финанси и управление на човешките ресурси. Освен това обикновено се предават и общи познания по

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

мениджмънт и бизнес администрация. Основната цел е да се предоставят базисни знания от класическата теория на етиката и на бизнес етиката, а след това те да се поставят и практиката на туристическите агенции. Друга основна цел на курса е да акцентува върху защитата на потребителите най-вече в периоди на кризи. Тук също се обръща внимание на етичната страна в управлението на конфликта.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основи на класическата етика. Отговорност. Деонтологична етика. Утилитарна етика. Етиката на добродетелите като модел. Пример за подражание чрез най-добрите практики в туризма и туристическите агенции. Етична отговорност. Туристът в контекста адресат и адресант на норми (отговорност за социална подчиненост). Реципрочен универсализъм в световните религии. Етика на справедливостта. Изследване на съвместимостта с другостта чрез автентичен живот. Материална етика. Демонстриране на добър начин на живот и бизнес етика. Бизнес етика чрез справедливото действие. Йерархии на ценностите в бизнес етиката на туристическите агенции. Формална етика на туристическите агенции. Източници на морала (Fontes Moralitatis). Индивидуална етика. Глобален етичен кодекс за туризма. Социална етика. Екологична етика в туризма. Характеристика на защита на потребителите в туристическите агенции. Хуманна съвместимост и защита в контекста на туризма (туристическа агенция). Защита на туристите и фирмена етика. Защита на потребителите и корпоративна социална отговорност.

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.

ФИНАНСИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ОПЕРАЦИИ

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

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, отчета за приходи и разходи и основните финансови операции. 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 успешно финансиране на туристическите операции. 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 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 ВЕРИГАТА 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 Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината „Управление на веригата на доставките в туризма“ 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.

АНАЛИЗ НА КОНКУРЕНТНАТА СРЕДА (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 Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Акцент в програмата съставлява постигането на практически знания и умения за анализ на конкурентната среда на туристическите агенции. Основната цел на курса е да могат да прилагат умения за анализ на конкурентната среда в туризма като използват цялостното теоретично знание и практическите

си умения от икономиката на туризма. Основният фокус е насочен към развиване на специализирани знания за решаване на конкретни проблеми (туризъм, пътувания, свободно време, потребление, тенденции, нови комуникации в туризма) и да работят самостоятелно по практически ориентиран проект от избраната от тях насока от обхвата на конкурентоспособността. Крайната цел е студентите да могат самостоятелно да определят проблемите и задачите от дадена цел, самостоятелно да събират и анализират данни, самостоятелно да поемат управлението на даден казус, самостоятелно да разработват конкурентни решения и да прилагат специализираните знания в конкурентна среда. Други аналитични умения са са по отношение на конкурентоспособност и са свързани със самоорганизацията, управление на времето, организационни умения, управление на стреса и устойчивостта.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основи на конкурентоспособността в туризма. Конкуренция и туристическа дейност. Анализ на търсенето и предлагането в туристическите агенции. Комуникационната среда на туристическото предприятие. Традиционни модели на конкуренция. Добри практики в туризма и туристическите агенции. Конкурентна отговорност. Икономическа, социална и устойчива конкурентна среда. Рамкови фактори на конкурентната среда. Показатели на конкурентната среда. Анализ на конкурентите. Изследване на проактивното управление на туристическата агенция. Практическо изменение на конкуренцията. Разработване на индивидуални конкурентни решения за туристическата агенция. Анализ на хоризонтална конкурентна среда. Анализ на вертикална конкурентна среда. Анализ на токална конкурентна среда.

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.