



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 събития (Event management)

Обучението е предназначено за студенти завършили ОКС "професионален бакалавър по..." в професионално направление 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 събитията (Event management)“, както и областите на тяхната бъдеща професионална реализация. Магистърската програма дава възможност на студентите да развият своите професионални умения и способности по отношение на мениджмънта на събития и тяхното маркетингово представяне в съвременната конкурентна бизнес среда. Образователната програма е съобразена с изискванията на туристическия пазар и условията на съвременната конкурентна бизнес среда.

Завършилите магистърската програма по „Управление на събитията (Event management)“, получават ключови управленски компетенции в практически умения, даващи възможност за организиране на собствен туристически бизнес и/или изпълнение на топ-мениджърски функции. Поради това, в учебния план присъстват дисциплини, които изграждат базата от знания, свързани с мениджмънта на събития, както и със съответната технология и логистиката, финансовите инструменти приложими в ивент мениджмънта, уменията за продажби и маркетинговите подходи. Особено внимание е обърнато на специални дейности като проектиране на предприемачески екосистеми, събитийния кризисен мениджмънт, управлението на фестивали, спортни и корпоративни мероприятия.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Посредством изучаване на комплекс от учебни дисциплини да се подготвят специалисти с качествени теоретични и свързани с практиката знания и умения, в състояние да изпълняват своите професионални задължения. Чрез придобиване на тази професионална квалификация завършилите ще могат да ръководят и участват в управленската, организационната, маркетинговата и иновационната дейност на фирмите от сектор туризъм и по конкретно в ивент мениджмънта.

Завършилите магистърската програма по „Управление на събитията (Event management)“ придобиват задълбочени теоретични знания и получават ключови компетентности и практически умения свързани с мениджмънта на събития, както и със съответната технология и логистиката, финансовите инструменти приложими в ивент мениджмънта, уменията за продажби и маркетинговите подходи.

Обучението на студентите по специалността включва задължителна специализираща подготовка, избираеми дисциплини и факултативен блок. На тази база се постига усвояване на съвкупност от специфични знания, свързани с особеностите на организирането на събития. Особен акцент е обърнато на специални дейности като проектиране на предприемачески екосистеми, събитийен кризисен мениджмънт, управление на фестивали, спортни и корпоративни мероприятия.

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

Знания

Специалистът с образователно-квалификационна степен "магистър" от магистърската програма по „Управление на събитията (Event management)“ притежава висока организационна, социална и икономическа култура. Той притежава знания за процесите по ефективното организиране, провеждане и управляване на събития. Може да обяснява и интерпретира подробно изискванията за провеждане на различните видове събитие, потребностите на различните видове и категории клиенти, както и отделните етапи по планиране, организиране, провеждане и и приключване на провежданите конгреси, конференции, работни срещи, кръгли маси, панаирни и фестивални прояви и други видове събитие. Особено внимание се отделя на знанията, свързан с владенето на чуждестранни езици, включително специфичния лексикален състав и особеностите на бизнес комуникацията и кореспонденцията.

Умения

Специалистът, завършил образователно-квалификационна степен "магистър" с професионална квалификация "Магистър по управление на събитията (Event management)" по-конкретно умее:

- да води специализирана бизнес кореспонденция във връзка с планирането, организацията, провеждането и приключването на организираните събития;
- да планира, организира, провежда и приключва различни по видове, насоченост и обхват събития, както и да получава обратна връзка от участниците и заинтересованите страни от проведените събития;
- да организира, провежда и контролира необходимите маркетингови проучвания и да изготвя необходимите стратегии за осъществяване на маркетинговите действия във връзка с привличането на клиенти (участници) в подготвяните организирани събития;
- да планира, организира, провежда и контролира всички необходими действия във връзка с осигуряването на логистика и комуникация при планиране, организацията, провеждането и приключването на събитията;
- да подготвя и контролира необходимата документация във връзка с финансовото управление на събития;
- въз основа на наличните данни да анализира различни ситуации, проблеми и решения, свързани с практиката на провеждането на различните по вид и специализирани по тематика и насоченост събития.

Специалистът също така, умее да проектира различните по вид и специализирани по тематика и насоченост събития. Използва модерни информационни техники и системи за реклама и PR в рамките на събитието за осигуряване на необходимата му разгласа и популярност.

Компетентности

Компетентностите, които ще бъдат придобити в хода на обучението са дефинирани в съответствие с изискванията на Европейската квалификационна рамка (ЕКР), Националната квалификационна рамка (НКР) и Европейската система за трансфер на кредити (ECTS) в съответствие с ниво 7 от ЕКР, респективно ниво 7 от НКР. В случая се очаква завършилите магистърската програма да притежават следните компетенции:

- Да притежават капацитет за подбор и сключване на договори с най-подходящите за целта доставчици на външни услуги (предоставяне на помещения или площ за провеждане на събитията; озвучаване, симултантен превод, транспорт и логистика, кетъринг и т.н.) във връзка с организирането на конкретни събития;
- Да подбира правилно мястото, времето и продължителността на провеждането на съответното събитие;

- В случай на участие в дадено събитие като спонсор или организация – участник да може да подбере правилния екип като брой хора и компетенции, като и да избере и ангажира съответната форма на участие (със самостоятелен щанд/павилион, със споделен щанд/павилион; участие единствено с участници/посетители на събитието без ангажирането с ползването на конкретна материална база.

- Да притежава капацитет за подбор и наемане на най-подходящия за целта персонал във връзка с организирането на конкретни събития;

- Да притежава капацитет за интегриране в екип и/или за сформирание на екипи от хора за работа при организиране на събития от микро или по-голям мащаб;

- Да могат самостоятелно да вземат и прилагат управленски решения по отношение на ежедневните бизнес операции и дейности, свързани с управлението на събития, както и за прилагане на законодателството за здраве и безопасност при труд, социална сигурност и защита на потребителите, по време на организиране и провеждане на микро събития или мащабни такива.

- Да осъществяват избор и адекватно и подходящо прилагане на принципите на бизнес етиката и съществуващото международно, европейско и национално законодателство и регулация в сферата на туризма;

- Да притежава капацитет за отговори по подходящ начин на потребностите на потребителите и за подбор на подходящи начини за тяхното удовлетворение, в съответствие с предлаганите продукти/услуги;

- Провеждане, самостоятелно или в екип, на проучвания на туристическите пазари или на аудиториите от заинтересовани лица и потребителите за организирането на корпоративни, публични и дестинационни събития;

- В случай на кризисни ситуация да поема отговорност и да взема решения по ангажиране и използване на наличните в организацията, провеждаща събитието, ресурси с цел справяне с възникналите кризи.

- Да притежава капацитета да управлява последователността и времето за изпълнение на отделните стъпки (етапи) по планирането, организирането, провеждането и/или участието в дадено събитие.

4. ПРОФЕСИОНАЛНОТО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ НА СПЕЦИАЛИСТА

След завършването на обучението си по магистърската програма по „Управление на събитията (Event management)”, в професионално направление 3.9 Туризм, завършилите притежават теоретични и практически знания, умения и компетенции, които им позволяват да се реализират на различни длъжности в структурите на отрасъл Туризм:

- хотелиерски комплекси и вериги, на административни, изпълнителни и ръководни длъжности;

- обекти за хранене и развлечения;

- събирателни в туристическо отношение туристически обекти (тематични паркове, комплекси за забавление, туристически атракционни)

- туристически агенции и туроператорски компании, като организатори на събития;

- държавната, общинска и областна администрация и браншовите организации и други.

5. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите магистърска програма „Управление на събитията (Event management)” получават специализирана подготовка, позволяваща им да работят по Списъка на длъжностите в Националния класификатор на длъжностите и професиите (2011 г.) като:

1120 / 7045 Регионален мениджър; 1120 / 7048 Директор; 1120 / 7050 Директор регионално поделение; 1219 / 5005 Ръководител, направление; 1219 / 6007 Ръководител, отдел в бизнес услугите; 1219 / 6010 Ръководител/началник, административен отдел; 1219 / 6011 Ръководител звено; 1219 / 5012 Ръководител, група; 1219 / 6021 Ръководител/Началник/Мениджър отдел; 1219 / 6022 Директор дирекция; 1411 / 3001 Ръководител, отдел в хотел; 1411 / 3002 Управител, хотел; 1411 / 3003 Управител, мотел; 1412 / 3001 Управител, заведение за обществено хранене; 1412 / 2003 Управител, ресторант на самообслужване; 1412 / 3004 Управител, сладкарница / кафене; 1412 / 3005 Управител, бар; 1412 / 3006 Управител, ресторант; 1412 / 3007 Управител, стол; 1412/3008 Управител, приготвяне и доставяне на храна (кетъринг); 1412 / 3009 Ръководител, отдел в ресторант; 1412 /

3011 Съдържател, ресторант; 1431/3015 Управител, отиди; 1431/3017 Управител, казино; 1431 / 6020 Управител, развлекателни/увеселителни паркове; 1431 / 6021 Ръководител, отдел в културните дейности; 1431 / 6022 Ръководител отдел, отиди; 1431 / 6023 Ръководител отдел, спортни дейности; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 6007 Началник отдел в туристически агенции; 1439 / 3008 Управител, контакт център; 1439 / 3009 Управител, конферентен център; 1439 / 3003 Управител, къмпинг; 1439 / 3004 Управител, туристическа агенция; 1439 / 3005 Управител, бюро за услуги; 1439 / 3006 Управител, хижа; 1439 / 6007 Ръководител, отдел в туристически агенции; 1439 / 3008 Ръководител, контактен център; 1439 / 3009 Ръководител, конферентен център; 2421 / 6001 Експерт, стопанска дейност; 2421 / 6002 Експерт, бизнес развитие; 2421 / 6011 Организатор, стопански дейности; 2421 / 6007 Бизнес консултант; 2421 / 6008 Консултант по управление; 2421 / 6009 Анализатор, ефективност на търговската дейност; 2421 / 5027 Мениджър, проекти; 2421 / 5028 Експерт, продажби; 2422 / 5039 Младши експерт, кметство; 2422 / 5040 Младши експерт; 2422 / 6041 Главен експерт; 2422 / 6046 Старши експерт; 2422 / 6051 Началник сектор, областно звено; 2422 / 6052 Старши инспектор, областно звено; 2422 / 6053 Инспектор, областно звено; 2422 / 6056 Експерт; 2422 / 6084 Експерт, стопанско управление; 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 събитията (Event management)" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по управление на събитията (Event management)" 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".

Координати за връзка:

Ръководител Катедра „Туризъм“ – проф. д-р Мария Станкова, e-mail: mstankova@swu.bg

Секретар Катедра „Туризъм“ – Соня Коларска, e-mail: skolarska@swu.bg
Телефон за връзка: +359 876 986 033

Линк към Катедра „Туризъм“ - <https://stf.swu.bg/bg/aboutbg/departmentsbg/turizam>

Facebook профил Катедра „Туризъм“ - <https://www.facebook.com/p/Tourism-Department-SWU-Neofit-Rilski-100057554714126/>

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН
ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.9. ТУРИЗЪМ
СПЕЦИАЛНОСТ: ТУРИЗЪМ
ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР
МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: УПРАВЛЕНИЕ НА СЪБИТИЯ (EVENT MANAGEMENT)
ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО УПРАВЛЕНИЕ НА СЪБИТИЯ (EVENT MANAGEMENT)
ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Туроператорска и агентска дейност 2. Конюнктура в туристическата индустрия 3. Туризм на балкански регион 4. Системи за качество в туризма 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0	1. Конкуренция и конкурентоспособност на туристическия продукт 2. Рекреационен туризм 3. Консервационна природозащита 4. Избираема дисциплина 5. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 6.0
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)	
1. Фестивален туризм 2. Пиар в туризма 3. Екскурзоводска дейност и туристическа анимация 4. Туристическа инфраструктура 5. Маршрути за културен туризм	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0	1. Международни туристически организации и партньорства 2. Дигитален маркетинг 3. Религиозен туризм 4. Познателен туризм 5. Етнологички туризм 6. Винен туризм	6.0 6.0 6.0 6.0 6.0 6.0
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Дизайн и планиране на събития 2. Стратегически маркетинг на събития 3. Управление на посетителите 4. Събитийен кризисен мениджмънт 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. Финансово управление на събития 2. MICE туризм 3. Логистика и комуникация при събития 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 корпоративни събития	5.0	1. Корпоративна култура	4.0
2. Управление на фестивали	5.0	2. Маркетинг в социалните медии	4.0
3. Управление на спортни събития	5.0	3. Дизайн на микросъбития	4.0
4. Проектиране на предприемачески екосистеми (разработване на практически проекти)	5.0	4. Приложни маркетингови проучвания (разработване на практически проект)	4.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ

Специалност: Туризъм

Магистърска програма: Управление на събития (Event management)

ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Лектор: проф.д-р Мария Станкова

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.

КОНЮНКТУРА В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Теодора Кирякова/д-р Ивайло Иванов

Анотация:

Курсът е предназначен 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.

ТУРИЗЪМ НА БАЛКАНСКИЯ РЕГИОН

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Любомира Пинелова

Анотация:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Настъпилите след 1989 г. промени в обществения и политически живот в България, дадоха нов тласък в развитието на туризма като стопански отрасъл. През цялото това време, особено през последните няколко години, особено много се засили обмена на туристи между страните от Балканския регион. Това е една трайна тенденция, която ще продължи и през следващите години. Познаването на природните и антропогенни туристически ресурси, демографските условия, инфраструктурата и т.н. на страните от региона е от изключително значение при подготовката на студентите от специалност "Туризм". В същото време, от чисто практически съображения, сме излезли в известна степен от географското понятие "Балкански страни", като в него са попаднали и страни като Кипър и Словения, значителна част от Турция, която е също вън от региона. Последователно се разглеждат развитието на туризма в отделните страни и особеностите в териториалното разпределение на материалната база и някои от съществуващите проблеми. Прави се обстоен анализ на активния и пасивния международен туризъм, както и на вътрешния туризъм. Изясняват се и проблемите и задачите на курортно-туристическото райониране. Специално внимание се отделя на организацията и териториалните особености на морските, планинските и балнеолечебни курорти в тези страни, на културно-историческите комплекси и т.н.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основни туристически региони в света и тяхната характеристика. Европейски туристически макрорегион. Американски туристически макрорегион. Африкански туристически макрорегион. Близкоизточен туристически макрорегион. Южноазиатски туристически макрорегион. Азиатско-Тихоокеански туристически макрорегион. География на видовете туризъм. Туризм на Балканския регион: Словения. Туризм на Балканския регион: Хърватска. Туризм на Балканския регион: Босна и Херцеговина. Туризм на Балканския регион: Сърбия. Туризм на Балканския регион: Македония. Туризм на Балканския регион: Косово. Туризм на Балканския регион: Албания. Туризм на Балканския регион: Гърция. Туризм на Балканския регион: Кипър. Туризм на Балканския регион: Турция. Туризм на Балканския регион: Румъния. Туризм на Балканския регион: България.

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.

СИСТЕМИ ЗА КАЧЕСТВО В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р София Мирчова

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към статуса на системите за качество и многообразието на връзки и отношения, присъщи на вътрешното съдържание на тези системи и взаимоотношенията им с други системи. Тя е важна част от подготовката на студентите от специалност "Туризм". Програмата включва дидактически обоснована система от понятия, категории, закони, принципи и концепции за управление на качеството, съставляващи комплекс от знания, които по своя предмет, методи и структура имат всички прерогативи на отделна научна дисциплина. 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 осем самостоятелни теми. В тях са намерили място научните знания за теоретико-методологическите проблеми на квалитологията, критериите и показателите за качеството, квалитетната оценка, контролът и управлението на качеството на продукта. Целта на дисциплината е формирането на знания, на специални умения и навици за практическа дейност в областта на подобряването на качеството на туристическия продукт..

Съдържание на учебната дисциплина:

Управление на качеството на продукта. Еволюция на школите за управление. Подходи за управление на качеството. Стратегическо планиране и управление. Избор на модел на система. Икономически субекти. Международни стандарти. Модели за осигуряване на качеството. Функции, структура и елементи на системата. Вътрешни нормативни актове на системата. Наръчник за качество. Документирани процедури. Работни инструкции. Фирмени стандарти. Разработване, внедряване и одит на системата. Проектиране, внедряване и усъвършенстване на системата за управление на качеството. Разработване на проект на наръчник за качеството. Разработване на проекти на документирани процедури. Разработване

на проекти на работни инструкции. Разработване на проекти на фирмени стандарти. Проектиране и внедряване на интегрирани системи за качество.

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.

ФЕСТИВАЛЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Курсът лекции представя специализирана информация за тенденциите в световната туристическа индустрия и по-специално – управлението на събития. Целта е студентите: (i) да придобият базови теоретически познания за същността на фестивалния туризъм; (ii) да познават основните видове фестивали и спецификите им; (iii) да познават етапите при процеса на планиране на фестивал. Целта е студентите да придобият базови знания и практически умения по преподавания материал с акцент върху планирането и провеждането на фестивали.

Съдържание на учебната дисциплина:

Събитийен туризъм. История на фестивалите. Видове фестивали. Икономика на преживяванията. Управление на проекти. Фестивалът като проект. Етапи при планиране на фестивал. Избор на място и програма. Финансиране и управление на бюджета. Управление на пресонала. Маркетинг на фестивалните дейности. Фестивали и туроператорска дейност. Управление на риска.

Технология на обучението и оценяване:

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

ПИАР В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Любомира Пинелова

Анотация:

Дисциплината е предназначена за студентите като специализирана информация за туристическото предлагане. Целта е студентите: (i) да придобият теоретически знания и практическа информация за същността и значението на връзките с обществеността при предлагането на туристически продукти и услуги; (ii) да познават особеностите свързани с процеса на комуникация и различните методи на ПР; (iii) да могат да анализират имиджа на дадено туристическо предприятие и позиционирането на туристическите продукти и особеностите на марката; (iv) да осмислят особеностите свързани с фазите на жизнен цикъл и дизайна на туристическите продукти в контекста на ПР; (v) да овладеят съществени техники при провеждането на ПР кампании с цел изграждане на доверие към марката и привличане на интереса на потребителските аудитории. Целите и задачите е студентите да придобият ключови знания и практически умения по преподавания материал и най-вече възможностите за: въздействие върху потребителската оценка чрез ПР; изграждането на доверие, към туристическото предприятие, което от своя страна е предпоставка за успешна реализация; създаване на потребителска лоялност, както и създаване на обратна с цел повишаване на конкурентоспособността на туристическото предприятие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

Същност на ПР. Разликата между ПР и реклама. Видове ПР. Методи и похвати. Същност и особености на ПР кампаниите. Особености на марката и имиджа и методи за оценката им. ПР и концепция за марката. Задачи и цели на ПР. Корпоративен дизайн. ПР като функция на мениджмънта. ПР модели. Инструменти за стратегическа ПР оценка. Същност и особености на комуникационния процес. Изживяването в туризма и последиците за дизайна на туристическото предлагане в контекста на ПР кампаниите. Драматургията на изживяванията в туризма – новите очаквания и потребности на съвременния турист и ПР кампаниите. Контрол на резултатите от ПР.

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 ТУРИСТИЧЕСКА АНИМАЦИЯ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Любомира Пинелова

Анотация:

Дисциплината има за цел да запознае аудиторията с основните съдържателни страни на теорията и практиката в сферата на екскурзоводството като много съществено и изключително актуално направление в технологията на съпътстващите дейности в туризма. Основание за въвеждането на учебната дисциплина са нарасналите претенции на ползвателите на туристическия продукт към качеството на екскурзоводската дейност, които все по-наложително е да излязат от сферата на аматьорството и да се превърнат в авторитетна професия на лица с висока образователна квалификация, работещи в сферата на туризма и съответстваща на изискванията на законовата уредба. „Екскурзоводска дейност и туристическа анимация“ е дисциплина, която е насочена към усвояване на основните теоретични постановки и апробирането им в реална среда. Тя цели да запознае студентите с възникването, развитието и същността на екскурзоводството, да изясни съдържанието на екскурзоводската дейност, нейното място в организацията на туристическото пътуване с обща цена, както и задълженията и отговорностите на екскурзовода като основен изпълнител на тази дейност; с основните и специфични методи за мотивиране и провеждане на екскурзия, както и методите и средствата за представяне на туристическите обекти; с методиката за изготвяне на проект за екскурзионна програма и примерни методически разработки.

Съдържание на учебната дисциплина:

Социална същност на екскурзоводското обслужване (екскурзоводството) и анимацията като видове труд в туризма. Екскурзоводството и анимацията в контекста на комуникациите. Съдържание на технологичния процес при екскурзоводското обслужване. Технология на екскурзоводското обслужване при туристически групи. Технология на екскурзоводското обслужване при индивидуалните туристи. Технология на екскурзоводското обслужване в зависимост от транспортното средство. Същност и значение на туристическата анимация. Поява и развитие на туристическата анимация. Социално-психологически предпоставки за предлагането на анимация при съвременния туризъм. Видове анимации. Задължителни компоненти на анимационната технология. Технологичен процес по функционални видове анимация. Технологичен процес по структурни видове анимация. Технология на анимацията в транспортни средства. Технология на анимацията в хотела и ресторанта.

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.

ТУРИСТИЧЕСКА ИНФРАСТРУКТУРА

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

Лектор: доц.д-р Гергана Ангелова

Анотация:

В лекционния курс се разглеждат същността, особеностите и значението на инфраструктурата в туризма. Студентите последователно се запознават с различните видове инфраструктура и инфраструктура в туризма съгласно вида туристическа дейност и съгласно вида туризъм. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните особености, фактори и възможности за развитие на туристическата инфраструктура, както и с принципите на териториално-устройственото планиране на туристическата материална база.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност, особености и значение на туристическата инфраструктура. Място на инфраструктурата в системата на туризма. Фактори, определящи развитието на туристическата инфраструктура – законодателни, политически, икономически, технологични, информационни и комуникационни, природни и екологични, демографски и социокултурни, психологически. Типология на туристическата инфра- и суперструктура – според обхвата и функционалната обособеност, според туристическите дейности и според вида туризъм. Хотелиерска инфра- и суперструктура – същност и особености. Основни видове хотелиерски заведения в България съгласно Наредбата за категоризация на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. Ресторантьорска инфра- и суперструктура – същност и особености. Видове ресторантьорски заведения в България съгласно Закона за туризма и Наредбата за категоризация. Инфраструктура и суперструктура за туроператорска и агентска дейност. Наредба за изискванията за местоположението, пригодността и оборудването на помещението за извършване на туроператорска и/или туристическа агентска дейност и за образованието, езиковата квалификация и стажа на персонала. Транспортна инфраструктура. Особенности на инфраструктурата на железопътния, автомобилния, водния, въздушния и специализиран туристически транспорт. Информационна, търговска и зелена инфраструктура. Видове инфраструктура за информационно обслужване на туристите. Специфика и видове на търговските обекти. Паркове и зелени площи. Инфраструктура и суперструктура за морски и планински туризъм. Същност и видове инфраструктура за морски и планински туризъм. Изисквания към инфраструктурата за развитие на морския и планински туризъм. Инфраструктура и суперструктура за специализирани видове туризъм. Специфични съоръжения и оборудване. Инфраструктура и суперструктура за лечебен и СПА туризъм. Балнеолечебен (медикил СПА) център, СПА център и Уелнес център. Съоръжения и оборудване на центровете за лечебен и СПА туризъм. Инфраструктура и суперструктура за развлекателен и делови туризъм. Увеселителни и тематични паркове. Бизнес хотели, конгресни зали, бизнес и конгресни центрове. Инфраструктура и суперструктура за културен и екотуризм. Обекти с историческа стойност, музеи, галерии, архитектурни обекти. Еко пътеки и наблюдателни площадки. Териториално-устройственото планиране на туристическата материална база. Фактори, определящи териториалното разположение на туристическата материална база – туристически ресурси, туристопотоци и социокултурна среда, екологични специфики на територията, развитие на други стопански отрасли, икономически фактори. Тенденции и перспективи за развитие на туристическата инфраструктура – количество, капацитет и пропускателна способност; качество; териториално разпределение; териториална структура; нови технологии и иновационни процеси.

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.

МАРШРУТИ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите със спецификите при създаването на културни маршрути, както и с основните стъпки, през които минава създаването на културен тур. Дисциплината е разделена на две части – културните пътища като предпоставка за устойчиво развитие на културен туризъм, и културните турове като пакетен туристически продукт. „Маршрути за културен туризъм“ е дисциплина, която следва да запознае студентите с основните стъпки, през които минава създаването на културен тур, както и възможностите, които културните пътища предоставят за развитието на културен туризъм.

Съдържание на учебната дисциплина:

Културни пътища, културни маршрути, културни турове – терминологични уточнения. Културните пътища на Европа. Културните коридори на Югоизточна Европа. Културни пътища и културни маршрути – добри практики. История и тенденции в развитието на културните турове. Видове културни турове. Алгоритъм при създаване на културни турове. Маркетинг на културни турове. Турове за специални интереси. Културни турове – добри практики. Споделена икономика и културни турове.

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.

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: проф.д-р Мария Станкова

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към основните теми от теорията за конкурентоспособност и успешните практики на туризма. Преподаването ѝ е свързано с изясняване на основни терминологични понятия, свързани с конкурентоспособността в туризма и туристическите предприятия; с характеризиране на основните източници за осигуряване на тяхната конкурентоспособност и източниците на конкурентно предимство. Специално внимание се обръща на анализа и оценката на конкурентоспособността в туризма, възникването и реализацията на идеята за оценка на конкурентоспособността; на критериите и показателите за конкурентоспособност и методите за оценяване по отношение на нея. Студентите придобиват общетеоретични и специални знания за конкурентоспособността във връзка с осъществяването на туристически дейности. Целта на дисциплината е студентите да придобият знания, умения и навици да анализират конкурентната среда и познавайки успешните туристически практики на туризма да са подготвени теоретично да управляват ефективно всяка туристическа фирма. Курсът запознава студентите с основните аспекти на управлението на конкурентоспособността на туристическите предприятия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Конкуренция и конкурентоспособност. Критерии, показатели и методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическите дейности. Методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическите дейности. Особености в анализа и оценката на конкурентоспособността на туристическите дейности за различните сектори на туризма и нейното обвързване с формирането на индивидуалната работна заплата. Критерии, показатели и методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристически обекти. Методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристически обекти. Особености в анализа и оценката на конкурентоспособността в различни сектори на туризма. Критерии и показатели и методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на продукти, използвани в туризма. Методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на продукти, използвани в туризма. Управление на конкурентоспособността на предприятия от туристическата индустрия. Политика на предприятия от туристическата индустрия за осигуряване на тяхната конкурентоспособност. Правен режим на конкуренцията.

Технология на обучението и оценяване:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

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.

РЕКРЕАЦИОНЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Любомира Пинелова

Анотация:

Студентите се запознават с мястото и ролята на природните и рекреационни ресурси в териториалната система на отхода и туризма, с основните видове природни рекреационни ресурси и направление за класифицирането им, с основните принципи и приходи, а така също и методологическите и методически основи на изучаване на природните и рекреационни условия и ресурси в България. Разглеждат се и същността, особеностите и класификацията на антропогенните туристически ресурси, ролята им в съвременното географско разпределение на туризма, основните видове туризъм, свързани с антропогенните туристически ресурси, а така също и с тези на България. Целта на курса е да задоволи голямата потребност от знания за курортно-туристически (рекреационни) ресурси. Насочен е към обучението на студентите да действат активно в тази област. Същите ще получат необходимата информация за природните и антропогенните туристически ресурси, методите за оценка и подходите за най-рационалното им и ефективно използване и опазване.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и значение на рекреационния туризъм. Биоклиматология. Физични основи на медицинската климатология. Време и климат. Време и климатообразуващи фактори. Атмосферни процеси. Слънчева радиация. Физикогеографски условия. Физиологични основи на медицинската климатология. Методи за изучаване и оценка на климата и времето в курортите. Обща климатична характеристика на страната и нейното физиологично райониране. Влияние на метеорологичните фактори върху човешкия организъм. Антично действащ комплекс (слънчева радиация). Термично действащ комплекс. Аерохимично действащ комплекс. Аероелектро действащ комплекс. Влияние на различните климатогеографски зони върху физиологичните функции. Климатични особености на нашите планини и въздействието им върху човешкия организъм. Климатични зони неприсъщи за България. Използване на климата за лечебни и профилактични цели. Профилактични и лечебни процедури. Аеротерапия. Слънчеви бани. Организиране на рационална морепрофилактика в морските курорти. Същност на морепрофилактиката и организационното ѝ състояние. Някои биоклиматични изисквания на рационална морепрофилактика. Материално-техническа база на лечебния туризъм в курортните комплекси. Изисквания към съвременния балнеоклиматичен център. Лечебен плаж. Климатична база в планинските курорти. Профилактично оздравителна база в спортните комплекси. Морска балнеология. Химия на морската вода. Хидрохимични и физични особености на Черно море. Върху балнеологичните качества на морската вода, ползване на морепрофилактика и морелечение. Морско балнеолечение. Морски къпания. Топли морски бани. Газови топли морски бани. Алготерапия. Инхалации с морска вода. Пиене на морска вода. Луголение. Пясъколение. Калолечение. Физиологично действие на лечебната кал. Приложение на лечебната кал. Рапни бани. Балнеология и балнеолечение. Развитие на балнеологията и балнеолечението. Хидроложки основи на балнеологията. Същност и съставки на минералната вода. Теории за произхода на минералните води. Класификации на минералните води. Балнетехника на минералните води. Балнеолечението и неговата същност. Методи за използване на минералните води в България. Лечебни възможности на българските минерални води. Специализация на балнеологичните курорти. Екологичен (учебно-познавателен туризъм). Същност на екологичния туризъм. Някои предпоставки за развитие на екологичния туризъм в Р. България. Територии за екологичен туризъм в България. Защитени територии. Други природни територии. Управление на въздействието на туризма върху природната среда, в това число зонироване на рекреационните територии, виждането на природосъобразни форми на туризъм, екопътеки и т.н. Същност и особености на организацията на селския туризъм. Исторически преглед на развитие на селския туризъм в Западноевропейските страни, членки ЕО. Еволюция на търсенето на селския туристически продукт. Модели на туристическо поведение, влияние върху развитието на селския туризъм. Същност на понятието селски туризъм. Особености на организацията и управлението на

селския туризъм. Ролята на различни субекти на управление в сферата на организацията и управлението на селския туризъм. Ролята на общинските администрации при организацията и управлението на селския туризъм. Планинските курорти в България- състояние, проблеми, концепции.

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.

КОНСЕРВАЦИОННА ПРИРОДОЗАЩИТА

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Биологичното разнообразие представлява сериозен ресурс за развитието на туризма. Опазването му стои в основата на реализацията на концепцията за устойчив туризъм. С особено значение в това отношение е системата от защитени територии. Това са територии, които се разглеждат като национално и общочовешко богатство и достояние и като специфична форма за опазване на природата, способстващи за развитието на културата и науката и за благополучието на обществото. Наред с това опазването на биологичното разнообразие, както на видово ниво, така и на ниво местообитания е също от съществено значение за реализацията на концепцията за устойчив туризъм. Целта на учебната дисциплина е усвояване на основни знания за същността и значението на биологичното разнообразие като ресурс за развитието на туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Възникване, състояние и развитие на проблема за опазване на биологичното разнообразие в Европа и другите континенти. Националните паркове – исторически корени и някои особености на устройството, стопанисването и опазването им. Природните паркове - организация на отдиха и защита на природата. Природните резервати – оазиси на дива и незасегната природа. Международно сътрудничество за опазване на биологичното разнообразие и защитените територии. Националните и природните паркове и резервати в България. Начало на организираното природозащитно движение в България и създаване на мрежата от защитени територии у нас. Съвременен състояние на мрежата от национални и природни паркове и резервати в България. Национална екологична мрежа в България. Защитени зони в България. Обявяване и промени в Защитените зони. Планове за управление и устройствени планове и проекти. Опазване на растителните, животински и гъбни видове. Общи положения. Защитени растителни и животински видове. Регулирано ползване на защитените растителни и животински видове. Забранени методи, уреди и средства за улавяне и убиване. Опазване на птици срещащи се в диво състояние. Планове за действие за растителни и животински видове. Опазване на растителните и животинските видове извън естествената им среда. Въвеждане на неместни или повторно въвеждане на местни животински и растителни видове в природата. Търговия със застрашени видове от дивата флора и фауна. Общи положения. Пренасяне през границата на Република България. Митнически надзор и контрол. Регистрация. Търговия на територията на Република България. Разпореждане със екземпляри отнети в полза на държавата. Опазване на вековни и забележителни дървета. Органи за контрол и управление на биологичното разнообразие. Принудителни административни мерки и административно-наказателни разпоредби.

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.

МЕЖДУНАРОДНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПАРТНЬОРСТВА

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Лектор: гл.ас.д-р София Мирчова**Анотация:**

Курсът е ориентиран към обучението на студентите, които желаят да се реализират в националните туристически администрации, браншовите организации и международните туристически организации като цяло. Целта е студентите: (i) да придобият теоретически знания и практическа информация за целите, функции и структурата на съществуващите международни туристически организации; (ii) да познават предимства и задълженията от членуването в съответните международни туристически организации на националните туристически администрации, браншовите туристически организации и отделните туристически предприятия; (iii) да могат да идентифицират политиките, провеждани от различните видове международни туристически организации; (iv) да познават и да могат да ползват основните видове информационни услуги и материали, предоставяни от международните туристически организации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на организациите. Държавни структури в туризма. Стопански структури в туризма. Нестопански структури в туризма. Туристически организации в България. Кадрово управление в туристическите сдружения. Комуникация с участниците в туристическите сдружения. Същност и видове международните туристически организации. Регионални туристически организации. Национални туристически организации. Локални туристически организации. Неправителствени туристически организации. Международни туристически организации в Европа. Международни туристически организации в Азия. Международни туристически организации в Южна Америка.

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.

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

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Динка Златева**Анотация:**

В лекционния курс се разглеждат основните маркетингови инструменти в дигитална среда, разкрити са тяхната същност и конкретното им приложение в икономическата практика. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: получаване на знания за основите на дигиталния маркетинг и неговите основни аспекти за диференциране в онлайн среда; изработване на точна и достоверна представа за възможностите, които предлага дигиталния маркетинг за достъп до целевите аудитории. Целта на учебната дисциплина е да осигури фундаментални и специализирани знания в областта на дигиталния маркетинг, насърчаване на креативността и поощряване на иновативното мислене, с необходимата подготовка за справяне с предизвикателствата на технологичната среда.

Съдържание на учебната дисциплина:

Дигитална трансформация на бизнеса. Изкуствен интелект и самообучаващите машини. Видове изкуствен интелект. Влияние на изкуствения интелект върху бизнес процесите. Потенциал и области на въздействие на изкуствения интелект върху маркетинга. Тенденции в приложението на изкуствения интелект. Ползата от ИИ за бизнеса. ИИ като част от маркетинга. Въведение в дигиталния маркетинг. Масов маркетинг и маркетингови стратегии. Определяне на мрежата от клиенти и идентифициране на клиентите. Инструменти за комуникация 1 към 1. Дигитален маркетингов микс. Продуктова политика в дигиталния маркетинг. Ценова политика. Дистрибутивна политика. Дигитални маркетингови комуникации. Същност на дигиталните маркетингови стратегии. Алгоритъм на дигиталната маркетингова стратегия. Ситуационен анализ. Целеполагане. Мястото на маркетинговите цели във фирмените бизнес цели. Дефиниране на стратегия в дигиталния маркетинг. Стратегическо маркетингово

планиране в дигитална среда. SWOT анализ на дигиталния маркетинг. Маркетинг обкръжаваща среда в дигитални условия. Продажбена фуния. Анализ на дигиталната маркетингова среда. Анализ на микро и макро дигиталната маркетинг среда. Управление на бранда и брендинг стратегии. Основни елементи на бранда. Подходи при управление на бранда. Комуникация на бранда. Управление на дигитална кампания. Маркетингово проучване и анализиране в дигитална среда. Таргетиране. Създаване на съдържание. Имейл маркетинг. SEO и платена реклама. Уеб дизайн. Потребителско преживяване. Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите. Дигитален маркетингов анализ. Измерване на резултатите. Оптимизация на търсачките в дигиталния маркетинг. Оптимизация на търсачките и платен дигитален маркетинг – предимства и недостатъци. Процес на оптимизация на страницата. Основни аспекти на SEO. Управление на платения дигитален маркетинг. Маркетинг на съдържанието. Социално споделяне. Избор на ключови думи. Управление на дигитална кампания. Изграждане на реклама и създаване на консистентност. Социалните мрежи като канал за предаване на рекламно съдържание. Създаване на ефективно дигитално преживяване. Подходи за създаване на ефективно потребителско преживяване. Планиране на дизайн и редизайн на уебсайт. Платформи за маркетинг на съдържанието. Потребителско поведение в дигитална среда. Същност на потребителското поведение в дигитална среда. eCRM. Създаване на потребителска ангажираност. Управление на жизнения цикъл на потребителя. Персонализирани продуктови предложения в дигиталния маркетинг. Таргетиран маркетинг. Ретаргетинг и представяне на впечатляващи реклами. Маркетинг в социалните медии. Процес на маркетинга в социалните мрежи. Създаване на собствено присъствие. Създаване на общности в социалните мрежи. Маркетинг комуникации във Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.

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.

РЕЛИГИОЗЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Лектор: доц.д-р Теодора Кирякова

Анотация:

Туризмът в световен мащаб е предполага познаването на основните аспекти на културата в национален и международен план, с цел осъзнаване не непреходното общочовешко съдържание, интелектуален смисъл и ценностна система. Към широкия кръгзор и знания на всеки един специалист по туризъм неминуемо следва да присъства и познаването на религиозното културно наследство, както и други по-специфични аспекти на тяхното управление на религиозно-поклоннически места и мотиви. Разбирана в широк смисъл, религията неминуемо се обсяга от конкретни практики, част от които присъстват само в материалното културно наследство, а други съставляват част от нематериалното наследство представляват интересен антропогенен туристически ресурс. Предложената избираема дисциплина обхваща основни теми и се фокусира върху традиционните форми на религиозен туризъм (в контекста на източното православие), но същевременно включва и някои по-малко известни форми на религиозни практики от други религии.

Съдържание на учебната дисциплина:

Световно културно-историческо наследство, свързано с религията. Възникване на религиозния туризъм. Особености на древните световни религии. Религията в средновековната европейско култура. Особености на свещените места на Християнството от Античността, Европейското средновековие и европейския ренесанс. Особености на светите места на Исляма. Особености на свещените места на Индуизма и Будизма. Особености на свещените места в България. Религиозни практики на предхристиянството в България. Манастирите в България. Манастири, поклонничество и съвременен религиозен туризъм. Притегателната сила на манастирите. Църковни празници и обичаи и тяхната роля за религиозния туризъм, свързан с православно християнство. Църковни празници и обичаи и тяхната роля за религиозния туризъм, свързан с други религии в България. Държавна политика и действаща нормативна уредба за културното наследство на обектите с религиозна културно-историческа стойност.

Организация и управление на музейните институции в България с религиозна стойност. Светите обители – шедеври на архитектурата и изкуството.

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.

ПОЗНАВАТЕЛЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Лектор: проф.д-р Мария Станкова

Анотация:

Учебната дисциплина занимава студентите с основна функция на туризма, проявяваща се на фона на практикуването на различните форми и видове, а именно опознавателната и образователната. В началото на новото хилядолетие туризмът е индустрия с вековна история. Началото на пътуванията е в миналото – започва с пътуванията на древните хора, провокирани от необходимостта от храна, вода и подслон и съпроводени от натрупване на впечатления, знания и открития. В хода на времето движенията на хората постепенно се разграничават по своя характер, в зависимост от преследваните цели и мотивация. Познавателният елемент от съпътстващ, се налага като водещ за голяма част от пътуванията. На международния туристически пазар България се позиционира като страна, чието природно и културно богатство я правят изключително интересна и привлекателна туристическа дестинация. Затова и познаването на културните феномени, музейните мрежи и природни дадености и правилното им усвояване в туризма имат важно значение за бъдещата професионална реализация на студентите по туризъм. Целта на курса е да обогати знанията на студентите относно световното културно-историческото и природно наследство, както и да създаде у тях умения за интерпретиране на съществуващите дадености в разнообразни по своя характер туристически програми. Включването на дисциплината в учебния план е обосновано от ориентирането на професионалната подготовка на студентите към опознаване и използване на ресурсния потенциал за целите и нуждите на вътрешния и международен туризъм.

Съдържание на учебната дисциплина:

Световното културно-историческо наследство: явления, стилове, периоди. Наследство на Древността. Културното наследство на Средновековието. Културното наследство на Възраждането. Религии и философски концепции. Съвременни културни паметници. Световното природно и културно наследство. Международни организации и международни конвенции за защита на световното културно-историческо и природно наследство. Музеи и музейни мрежи. Възникване и историческо развитие на музеите. Музейното дело в България. Съвременно развитие на музеите. Световно известни музеи и галерии. Интерпретация на природното и културно наследство.

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.

ЕТНОЛОЖКИ ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Курсът има за цел да запознае студентите със спецификите при създаването на културни маршрути, както и с основните стъпки, през които минава създаването на културен тур. Дисциплината е разделена на две части – културните пътища като предпоставка за устойчиво развитие на културен туризъм, и културните турове като пакетен туристически продукт. „Етнотуризъм“ е дисциплина, която следва да запознае студентите с възможностите, които елементите на традиционната народна култура предоставя за устойчиво развитие на дестинацията и за създаване на успешни туристически продукти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Ресурси за етнотуризъм. Заинтересовани страни в етнотуризма. Добри практики. Традиционно строителство. Добри практики. Традиционна кухня. Традиционни занаяти. Добри практики. Изследователски методи в етнотуризма. Добри практики.

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.

ВИНЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с основните характеристики на винения туризъм. Разглеждат се основните световни дестинации и добри практики. Обърнато е внимание на възможностите за развитие на този вид туризъм в България, като се отчитат както местните ресурси, така и световните тенденции в търсенето и предлагането. Дисциплината следва да запознае студентите с характеристиките на винения и кулинарния туризъм и ресурсите, които България разполага за развитието на тези видове туризъм.

Съдържание на учебната дисциплина:

Дефиниция, история и последни тенденции във винения туризъм. Винопроизводството като културно наследство. Световни дестинации за винен туризъм. Основни видове вина. Местни сортове грозде в България. Лозаро-винарски райони в България. Дегустация на вино – основни принципи. Винени турове – класификация и тенденции. Типология на винените туристи. Добри практики. Критични фактори за успех.

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.

ДИЗАЙН И ПЛАНИРАНЕ НА СЪБИТИЯ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Курсът е създаден с цел да предостави на студентите и професионалистите в областта на събитийния мениджмънт необходимите знания и умения за успешно планиране, организиране и визуализация на разнообразни събития - от корпоративни срещи и конференции до изложения и културни фестивали. Целта на курса е да развие уменията на участниците за ефективно планиране и организиране на различни типове събития. След завършването на курса, участниците трябва да бъдат способни да създават и

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

реализират иновативни и успешни събития, които отговарят на нуждите и предпочитанията на целевата аудитория.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в събитийния мениджмънт: Основни понятия, фази на планиране и стъпки за успешното организиране на събития. Идентификация на целевата аудитория: Анализ на аудиторията и определяне на нуждите и предпочитанията им. Избор на подходящо място и дата: Критерии за избор на подходящата локация и определяне на датата на събитието. Бюджетиране и финансов мениджмънт: Определяне на бюджет, контрол на разходите и приходите, прогнозиране на финансовите рискове. Проектиране на сценарий и програма: Създаване на детайлна програма за събитието, включително график и хронология. Маркетинг и продажби на събития: Развиване на стратегии за маркетинг, реклама и продажби на събития. Дизайн на събитието: Визуално и атмосферно оформление на пространствата, декорации и аранжimenti. Комуникация и PR: Планиране на комуникационни стратегии и взаимодействие с медиите и обществеността. Техническо оборудване и звукова техника: Разбиране на основите на звуковата и светлинната техника, които са важни за успешното провеждане на събития. Управление на риска и кризи: Разработване на планове за управление на рискове и стратегии за бързо реагиране на непредвидени обстоятелства. Гостоприемство и обслужване на клиенти: Обучение на персонала за високо качество на обслужване по време на събитието. Устойчивост и етика в събитийния мениджмънт: Разглеждане на етичните и устойчиви практики при планирането и организирането на събития. Спонсорство и партньорства: Развиване на взаимноизгодни отношения със спонсори и партньори на събитието. Управление и координация на екипа: Организация на ефективен екип и управление на различните аспекти на събитието. Оценка и анализ на успеха: Методи за измерване на успешността на събитията и анализ на резултатите.

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.

СТРАТЕГИЧЕСКИ МАРКЕТИНГ НА СЪБИТИЯ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Теодора Кирякова

Анотация:

Лекционният курс е с фокус върху процесите на стратегическото управление на събития в туризма. Фокусът на курса е да предложи комплекс от знания и умения за приложение на стратегически маркетингова техники, като дейности по рекламни марки, услуги или продукт в обхвата на събитията или преживявания. Обръща се специално внимание на възможността такива събития да могат да се провеждат лично или виртуално. Освен че сам по себе си курсът борави с маркетингови техники, то по-конкретно се разглеждат различни стратегии на конкретни събития от различни по вид форми на туризъм, с различен обхват, посещаемост и устойчивост. Курсът представя на вниманието на студентите конкретни стратегии, добили популярност и ефективност при маркетинга на туристически събития.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в маркетинга на събития. Значение, развитие, перспективи и елементи на маркетинга на събития в туризма. Основни задачи в стратегическия туристическия маркетинг на събития. Видове събитийен маркетинг в туристическото предприятие, Процес на управление на стратегически маркетинг на събития, План за стратегически маркетинг на събития в туризма, Избор на комуникационна стратегия на уебсайт за събитие в туризма, Имейл маркетинг за събития в туризма, Имейл маркетинг чрез социални медии, Платена дигитална реклама, Възвращаемост (ROI return of investment) на инвестициите на събитие, Технология за маркетинги на събития чрез софтуер, Онлайн маркетинг на международни събития в туризма, B2B (бизнес към бизнес) маркетинг на събития, ефективност на маркетингова стратегия на събитията в туризма. Профилирано управление на стратегическия маркетинг чрез нови комуникационни модели.

Технология на обучението и оценяване:

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ПОСЕТИТЕЛИТЕ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Гергана Ангелова

Анотация:

Студентите се запознават със съвременните практически подходи и инструменти за управление на посетителите в туристическите дестинации. В процеса на обучение те получават информация за основните и допълващи дейности, свързани с двоякото управление на посетителите и туристическата дестинация. Запознават се със социалните и политически измерения на управлението на посетителите, като и със стандартите в това управление за постигане на устойчивост. Студентите придобиват знания за спецификата на управление на посетителите в защитените територии, националните паркове и музеите, като силен акцент се поставя върху интерпретирането на културното наследство. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания за специфичните подходи и инструменти за управление на посетителите и умения да управляват едновременно туристопотока и туристическата дестинация, осигурявайки качествено обслужване, удовлетвореност и намерение за повторни бъдещи посещения.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в управлението на посетителите в туристическите дестинации. Управление на дестинацията и управление на посетителите. Управление на преживяванията на посетителите на туристически атракции. Социални и политически измерения на управлението на посетителите. Стандарти в управлението на посетителите за постигане на устойчивост на културното наследство. Управление на качеството на обслужване, удовлетвореност и бъдещи намерения на посетителите. Управление на посетителите в защитените територии. Мониторинг на посетителите в националните паркове. Туристическо поведение, вандализъм и реакции на заинтересованите страни. Добавена реалност към преживяванията на посетителите в музеи. Техники на интерпретация в атракциите за посетители: операционализация на организирания турове в музеите. Интерпретиране на наследството като инструмент за управление на филмовия туризъм. Теории на ученето и приложението им в интерпретирането. Ролята на интерпретирането в управлението на посетителите. Предизвикателства пред управлението на посетителите в туризма

Технология на обучение и оценяване

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

СЪБИТИЕН КРИЗИСЕН МЕНИДЖМЪНТ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Руска Божкова

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите със същността и характеристиката на кризисния мениджмънт по време на микро и макро събития. Събитийния кризисен мениджмънт представлява неразделна част от организацията и успешната реализация на различни събития особено в днешните динамични времена със силни елементи на интеркултурализъм, дигитализация и прилагане на умните устройства-роботи. Студентите ще се сдобият със знания за това от какво естество би могла да бъде кризата, кои са най-

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

добрите начини за овладяване на ситуацията с минимални загуби материални и особено човешки, предварителната подготовка, организацията на екипа за кризисни ситуации, и оценяване на след-кризисната обстановка. Целите са студентите да придобият базови знания, ключови компетентности и практически умения по преподавания материал и най-вече да се запознаят със същността на събитийния кризисен мениджмънт, съответната технология на справяне с кризи по време на микро и макро събития. На тази база се постига усвояване на съвкупност от специфични знания, свързани с видовете кризи, плана на кризисния мениджмънт преди, по време и след кризата.

Съдържание на учебната дисциплина:

Дефиниция и характерологични особености на събитийния туризъм. Какво означава криза в събитийния туризъм. Значимост на кризисния мениджмънт в събитийния туризъм. Видове кризи в събитийния туризъм. Значение на кризисния мениджмънт. Конкретика в събитийния туризъм. Организация на екипи отговорни за кризисния мениджмънт по време на туристическо събитие. План за кризисен мениджмънт на туристическо събитие-преди кризата. План за кризисен мениджмънт на туристическо събитие - по време на кризата. План за кризисен мениджмънт на туристическо събитие - след кризата. Стратегическо мислене и кризисен мениджмънт. Психология на мениджъра и екипите. Обучения, квалификация и качества. Иновации в кризисния мениджмънт на събитийния туризъм. Виртуален кризисен мениджмънт на събитийния туризъм.

Технология на обучение и оценяване

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

УПРАВЛЕНИЕ НА КОРПОРАТИВНИ СЪБИТИЯ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Иванка Въсенска

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на управлението, технологията на организирането и спецификите на корпоративните събития. Курсът на обучение е съставен с цел да се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при създаване, организиране и управление на примерно корпоративно събитие, като проектът на всеки студент ще бъде подложен на критичен анализ и от неговите колеги. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания и умения за организация и управление на процесите по управление на събития, повлияни от съвременните тенденции, възникнали в следствие на развитието на туристическата дейност в ерата на дигитализацията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Какво е управление на корпоративни събития? Видове корпоративни събития. Отговорности на мениджъра на корпоративни събития. Цели на корпоративното събитие. Планиране на събитието и стратегии. Компоненти на бюджета на събитието. Изготвяне на бюджет на събитието. Управление на събитието. Управление на място, делегиране и изпълнение, логистика и операции. Последващи действия след събитието. Дигитална трансформация и иновации в корпоративните събития. Постигане на удовлетвореност на клиентите. Оценка на икономическото въздействие на събитията. Управление на риска за срещи, изложения, събития и конвенции. Маркетинг на срещи, изложения, събития и конвенции. Еволюцията на корпоративните събития и начините по които могат да се използва за успешно задвижване на растежа на бизнеса. Почистване и изхвърляне на отпадъците след събитието. Сигурност на корпоративното събитие. Корпоративни събития и корпоративно-социална отговорност. Бизнес проект или Корпоративен проект или Приложен бизнес проект.

Технология на обучението и оценяване:

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ФЕСТИВАЛИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Курсът е създаден с цел да предостави на студентите и професионалистите в областта на събитийния мениджмънт необходимите знания и умения за ефективно планиране, организиране и управление на разнообразни фестивали - от музикални и културни до хранителни и спортни събития. Участниците ще научат как да създават незабравими преживявания за посетителите и да управляват всички аспекти на един успешен фестивал. Основната цел на курса е да развие уменията на участниците за ефективно управление на фестивали - от концепцията и планирането до изпълнението и оценката на успеха. След завършването на курса, участниците ще бъдат способни да проектират, координират и реализират различни видове фестивали, които съответстват на целите и интересите на публиката си.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в управлението на фестивали: Ролята и важността на фестивалите за културната и събитийната индустрия. Идентификация на целевата аудитория: Анализ на целевата аудитория и определяне на посетителските профили. Избор на концепция и тема: Определяне на концепцията и темата на фестивала, които да го направят уникален. Бюджетиране и финансов мениджмънт: Определяне на бюджет, разпределение на разходите и приходите, управление на финансовите аспекти. Локация и логистика: Избор на подходящо място за фестивала и организация на всички логистични аспекти. Програма и график: Планиране на програмата на фестивала, включително график и хронология на събитията. Маркетинг и продажби: Развитие на маркетингови стратегии и продажби на билети и услуги за фестивала. Сценичен и визуален дизайн: Създаване на сценичен дизайн и визуални елементи, които съответстват на темата на фестивала. Спонсорство и партньорства: Привличане на спонсори и партньори за подкрепа и финансиране на фестивала. Технически и технологични аспекти: Използване на съвременни технологии и оборудване за подобрене на аудио и видео елементите на фестивала. Комуникация и PR: Планиране на комуникационни стратегии и взаимодействие с медиите и обществеността. Безопасност и управление на рискове: Развитие на планове за обезпечаване на безопасността и управление на възможни рискове. Устойчивост и екологични практики: Разглеждане на устойчивите и екологични аспекти при организацията на фестивала. Етика и отговорност: Разглеждане на етичните въпроси при управлението на фестивали и отношенията с участници и партньори. Оценка на успеха: Методи за измерване на успешността и удовлетворението на посетителите от фестивала.

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 СПОРТНИ СЪБИТИЯ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р София Мирчова

Анотация:

Студентите се запознават със технологията на организиране на спортни събития за нуждите на туризма. Дисциплината разкрива технологията на организиране и менажиране на подобен род събития според различните видове спорт и развлекателни дейности, които човек упражнява в свободното си време. Запознава студентите със спортния маркетинг, технологията и неговите компоненти, както и с възможностите за развитие на нови видове развлекателни дейности, например корпоративни игри, приключенски игри и др. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания по

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

преподаваната материя, която включва организиране на спортни събития и тяхното влияние върху туризма, значението на спортния маркетинг, както и компонентите му.

Съдържание на учебната дисциплина:

Развлекателни дейности за възрастни: видове, ползи и примери. Развлекателни дейности. Мултимедийна дейност, мултимедийна презентация. Отдых и свободно време: дейности и програми. Организиране на спортни и развлекателни дейности. Определение, видове и примери за спортен маркетинг. Бизнес казус: Управление на риска на Олимпиадата. Физически, социални и емоционални ползи от участието в спорт. Компоненти на триъгълника на събитията в маркетинга. Нетрадиционни спортове и дейности: употреби и примери. Приключенски дейности: планиране и безопасност. Кооперативни игри и групови предизвикателства

Технология на обучението и оценяване:

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

**ПРОЕКТИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ЕКОСИСТЕМИ
(РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТИ)**

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: проф.д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Устойчивост в предприемачеството. Въведение в предприемаческите екосистеми. Екосистемни градивни елементи. Политически и регулаторни рамки. Измерване на социално и екологично въздействие. Сътрудничество и развитие на мрежата. Устойчиво предприемаческо мислене. Казуси от успешни устойчиви екосистеми. Предприемачески екосистеми в специфични контексти. Създаване и прилагане на стратегии за устойчиви екосистеми. Проект за илюстриране на подходи, насочени към подобряване на местните предприемачески екосистеми. Проект за влияние на факторите на околната среда върху предприемаческия успех. Проект за проучване на модели на предприемачество за МСП в избрана туристическа дестинация.

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.

ФИНАНСОВО УПРАВЛЕНИЕ НА СЪБИТИЯ

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Вид на изпита: писмен

Лектор: доц.д-р Гертана Ангелова

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите със същността и обхвата на събитийния мениджмънт с фокус върху финансовото управление на събития и фестивали, които са много честа предпоставка за организиране и реализиране на туристическо пътуване. Това предполага туристическите кадри с университетско образование да притежават основни знания и умения в тази сфера. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите със спецификата, изискванията и стандартите при организиране и провеждане на събития, както и с финансовата обосновка и бюджетиране на тази инициатива.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и обхват на събитийния мениджмънт. Основни променливи. Типология и въздействие на събитията. Концепция и план на събитието. Необходимост от събитието, развитие на концепции, заинтересовани страни и процеси на планиране. Организация на ресурсите. Местоположение, физически ресурси и услуги, финансови ресурси, маркетинг ресурси. Кетъринг: храна и напитки. Идентифициране на потребностите от храна и напитка. Избор на доставчик на кетъринг. Управление на транспорта. Идентифициране на потребността от транспорт за посетителите. Избор на доставчик на транспортни услуги. Промотиране на събитието. Маркетинг стратегия. Целеви маркетинг. Маркетинг микс. Промотиране на частно и публично събитие. Създаване на бизнес план на събитието – визия, цел и ползи; устойчивост и финансови ресурси. Управление на риска. Планиране на неочакваното. Анализ и инструменти за идентифициране на риска. Правни въпроси и застраховки. Сигурност по време на събития. Управление на бюджета и финансите. Провеждане на събитието. Планиране на събитието преди определяне на деня за провеждане. Действия след приключване на събитието. Организиране и провеждане на туристически изложения. Основни изисквания към участниците. Разположение на щандове и рекламни материали. Организиране и провеждане на конференции и семинари. Изисквания към мястото и прилежащото оборудване. Изисквания към делегатите. Създаване на работна и културна програма. Организиране и провеждане на екологични събития - избор на подходящо време и място; тема и основно послание; целеви групи. Организиране и провеждане на фестивали – избор на подходящо време и място; тема и основно послание; участници и целеви публики.

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.

MICE ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Любомира Пинелова

Анотация:

Дисциплината е насочена към разбиране и управление на събитията в областта на корпоративния и бизнес туризъм. Този вид туризъм включва събития като конференции, семинари, инсентив програми, изложения и срещи, които имат ключово значение за бизнес средата и обмяна на знания. Курсът по MICE туризъм представлява ценен ресурс за студентите, които искат да работят или да се специализират в областта на корпоративния туризъм и събитийния мениджмънт. MICE туризмът играе изключително важна роля в стимулирането на икономическия растеж и изграждането на бизнес взаимоотношения. Целта на курса е да предостави на студентите знания и умения, необходими за успешно планиране, организиране и управление на MICE събития. Студентите ще бъдат подготвени да се справят със специфичните предизвикателства на корпоративния туризъм и да създават стойностни и изгодни събития за бизнес общността. Курсът ще развие способността им да създават и организират събития, които не само отговарят на бизнес целите, но и осигуряват незабравими и стойностни преживявания за участниците.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в MICE туризма: Основни понятия и характеристики. Корпоративни събития: Организация и управление на конференции и семинари. Изложения: Планиране и маркетинг на бизнес изложения. Инсентив програми: Значение и методи за мотивиране на служители и клиенти. Организация на срещи и форуми: Процесът на планиране и координация. Управление на локации: Избор на подходящи места за

провеждане на събития. Финансово планиране: Бюджетиране и финансов контрол на MICE събития. Маркетинг и реклама: Провеждане на MICE събития чрез стратегии за маркетинг. Технологии и иновации: Използване на съвременни технологии в MICE туризма. Участници и делегати: Управление на регистрациите и грижи за участниците. Храна и кетъринг: Организация на хранителните услуги по време на събития. Логистика и транспорт: Планиране на транспорта и гостоприемството на участниците. Устойчивост в MICE туризма: Екофрендли подходи и социална отговорност. Кризисно управление: Подготовка за извънредни ситуации по време на събития. Бъдещето на MICE туризма: Тенденции и предизвикателства за индустрията.

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.

ЛОГИСТИКА И КОМУНИКАЦИЯ ПРИ СЪБИТИЯ

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

Лектор: проф.д-р Мария Станкова

Анотация:

Лекционният курс е фокусиран върху процесите на логистиката, защото точно тя гарантира, че всичко във веригата на стойността работи както трябва. Точно върху този аспект е съсредоточена дисциплината. Същевременно се обръща специално внимание на взаимовръзката между логистиката и комуникацията, защото услугите в туризма трябва да бъдат доставени навреме и с високо качество, а договореностите трябва да бъдат спазени. Допълнителна роля играят и комуникациите при управлението на логистичните действия в туризма. Процесите по стокообмен и туристопоток, а също и обмен на информация също трябва да протичат гладко. Поради тази причина, в курса се обръща специално внимание на значението между всеобщите процеси при провеждането на събития. Предпоставка за оптимална работата в дисциплината е да се борави с теорията на логистиката, но също така да се познават добрите комуникационни практики при провеждането на конкретни събития от различни по вид форми на туризъм.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в теорията на логистиката. Значение, развитие, перспективи и елементи на логистиката на събития в туризма. Основни задачи в стратегическия логистично управление на събития. Видове логистични операции при събития. Комуникация и комуникационен мениджмънт на събития. Планиране на логистични действия при събития в туризма. Избор на комуникационна стратегия при специализирани събития в туризма. Комуникация на макро ниво при събития. Комуникация на микро ниво при събития в туризма. Комуникация чрез социални медии при събития. Платена комуникация при събития. Доставчици на логистични услуги при събития в туризма. Профилирано управление на логистиката на събития чрез нови комуникационни модели.

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.

КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА

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

Лектор: гл.ас.д-р Иванка Въсенска

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на организационната и корпоративната култура и културата на обслужване в сферата на туризма. По време на семинарните упражнения се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при изучаване и измерване на ролята на корпоративната култура в туристическите предприятия, с цел разработване на проект и общата му дискусия. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания и умения за организация и управление на процесите, при формирането и имплементирането на корпоративната култура в дадено туристическо предприятие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Корпоративната култура, в контекста на дигиталната и поведенческата икономика. Организации, фирми, корпорации. Модели за корпоративна култура. Култура и стратегия. Какво представлява лидерството? Ролята на корпоративната култура за ефективността на и качеството на продукта. Удовлетворението на клиентите и връзката му с печалбата. Корпоративната култура като фирмена репутация. Идентичност и корпоративен имидж. Корпоративна устойчивост. Корпоративна социална отговорност. Мотивация. Използване на инструментите на Маркетинг 4.0 за електронен маркетинг като управление на комуникацията в Туризм 4.0. Внедряване на ИКТ за нуждите на малки туристически фирми, управлявани от собственици: Организационно вземане на решения и перспектива за лидерство. Култура на промяната и развитието. Приложения на изкуствения интелект и компютърните езици, при взиманията на решение. Етична рамка: възможности, рискове, принципи и препоръки. Кризи, катаклизми и икономически, социални и здравни рискове.

Технология на обучението и оценяване:

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

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

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Руска Божкова**Анотация:**

Курсът има за цел да запознае студентите със същността и характеристиката на маркетинга в социалните медии - социалните мрежи, микроблоговете, видео сайтовете, блоговете и сайтовете за социален букмарк. Доброто познаване и използване на социалните медии е час от новите правила в туристическия маркетинг. Студентите ще се сдобият със знания за това как чрез социалните медии могат да постигнат висок трафик към фирмения си сайт, да създадат интерес към марката си, да съберат обратна информация от клиентите си, да използват маркетингова стратегия, с която да достигат директно до купувачите си и да създадат своя собствен медиен бранд.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на маркетинга в социалните медии. Видове социални медии. Стратегическия маркетинг и социалните медии. Методологически въпроси. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - социални мрежи. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - микроблогове. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - видео сайтовете. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - блогове и сайтове за социален букмарк. Инструменти за наблюдение в социалните медии (Hootsuite, Keyhole, и Sprout Social). Общностите по съдържание (Content Communities). Грижа за клиента чрез социалните медии. Анализ на правната рамка за страната/региона. Увеличаване на механизмите за отзиви в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

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

ДИЗАЙН НА МИКРОСЪБИТИЯ

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Курсът е създаден с цел да предостави на студентите и професионалистите в областта на събитийния мениджмънт необходимите знания и умения за успешно планиране, организиране и визуализация на разнообразни събития - от корпоративни срещи и конференции до изложения и културни фестивали. Целта на курса е да развие уменията на участниците за ефективно планиране и организиране на различни типове събития. След завършването на курса, участниците трябва да бъдат способни да създават и реализират иновативни и успешни събития, които отговарят на нуждите и предпочитанията на целевата аудитория.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в събитийния мениджмънт: Основни понятия, фази на планиране и стъпки за успешното организиране на събития. Идентификация на целевата аудитория: Анализ на аудиторията и определяне на нуждите и предпочитанията им. Избор на подходящо място и дата: Критерии за избор на подходящата локация и определяне на датата на събитието. Бюджетиране и финансов мениджмънт: Определяне на бюджет, контрол на разходите и приходите, прогнозиране на финансовите рискове. Проектиране на сценарий и програма: Създаване на детайлна програма за събитието, включително график и хронология. Маркетинг и продажби на събития: Развиване на стратегии за маркетинг, реклама и продажби на събития. Дизайн на събитието: Визуално и атмосферно оформление на пространствата, декорации и аранжimenti. Комуникация и PR: Планиране на комуникационни стратегии и взаимодействие с медиите и обществеността. Техническо оборудване и звукова техника: Разбиране на основите на звуковата и светлинната техника, които са важни за успешното провеждане на събития. Управление на риска и кризи: Разработване на планове за управление на рискове и стратегии за бързо реагиране на непредвидени обстоятелства. Гостоприемство и обслужване на клиенти: Обучение на персонала за високо качество на обслужване по време на събитието. Устойчивост и етика в събитийния мениджмънт: Разглеждане на етичните и устойчиви практики при планирането и организирането на събития. Спонсорство и партньорства: Развиване на взаимноизгодни отношения със спонсори и партньори на събитието. Управление и координация на екипа: Организация на ефективен екип и управление на различните аспекти на събитието. Оценка и анализ на успеха: Методи за измерване на успешността на събитията и анализ на резултатите.

Технология на обучението и оценяване:

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

ПРИЛОЖНИ МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Дисциплината има силен практически фокус и акцентира върху провеждането на маркетингови проучвания в хотелиерството и ресторантьорството. Цели да развие разбиране на основните методи и стъпки при емпирично изследване, включително анализ и представяне на резултатите. Целта на

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

дисциплината е да се придобият провеждане на маркетингово проучване в сферата на хотелиерството и ресторантьорството.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в маркетинговите проучвания в туризма: Основни понятия, роля и значение на маркетинговите проучвания за туристическия бизнес. Дизайн на проучването: Планиране на маркетингови проучвания, определяне на цели и избор на подходящи методи и техники. Събиране на данни: Избор на методи за събиране на данни - анкети, интервюта, наблюдения и други. Анализ на данните: Обработка и интерпретация на събраните данни, използвайки статистически инструменти и софтуер. Сегментация на пазара и целева аудитория: Идентификация на потребностите на различни сегменти от пазара и определяне на целевата аудитория. Прилагане на различни методи и техники за анализ на туристическия пазар - SWOT анализ, PESTEL анализ, конкурентен анализ и др. Определяне на конкурентни предимства: Изследване на конкурентната обстановка и определяне на конкурентните предимства на туристическите продукти и услуги. Потребителски поведения и предпочитания: Изучаване на поведението на туристите, техните мотивации и предпочитания. Маркетингови сегменти и тенденции: Анализ на различни маркетингови сегменти и текущите тенденции в туристическата индустрия. Интернет и социални медии в маркетинговите проучвания: Използване на онлайн платформи и социални мрежи за събиране на данни и анализ на туристическия пазар. Пазарна позиция и брендиране: Анализ на пазарната позиция на туристически марки и разработване на стратегии за брендиране. Маркетингови комуникации и реклама: Оценка на ефективността на маркетинговите комуникации и рекламни кампании. Клиентско удовлетворение и лоялност: Измерване на клиентското удовлетворение и разработване на стратегии за увеличаване на клиентската лоялност. Прогнозиране на тенденции и промени: Използване на маркетингови проучвания за прогнозиране на бъдещи тенденции и адаптиране на стратегиите. Етика и отговорност в маркетинговите проучвания: Разглеждане на етичните аспекти на събирането и използването на данни в маркетинговите проучвания.

Технология на обучението и оценяване:

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