



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 Управление на събития (Event management)

Образователно–квалификационна степен: Магистър

Обучението е предназначено за завършили ОКС "бакалавър" / "магистър" 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 маркетингане 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 ситуации 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, отдих; 1431/3017 Управител, казино; 1431 / 6020 Управител,

развлекателни/увеселителни паркове; 1431 / 6021 Ръководител, отдел в културните дейности; 1431 / 6022 Ръководител отдел, отдих; 1431 / 6023 Ръководител отдел, спортни дейности; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 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".

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

ОБЛАСТ НА ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ: 3. СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.9. ТУРИЗЪМ

СПЕЦИАЛНОСТ: УПРАВЛЕНИЕ НА СЪБИТИЯ (EVENT MANAGEMENT)

ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР

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. Дизайн и планиране на събития 2. Стратегически маркетинг на събития 3. Управление на посетителите 4. Събитиен 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 туризъм 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 от групата)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от групата)	
Избираеми дисциплини 1. Управление на корпоративни събития 2. Управление на фестивали 3. Управление на спортни събития 4. Проектиране на предприемачески екосистеми (разработване на практически проекти)	5.0 5.0 5.0 5.0	Избираеми дисциплини III група 1. Корпоративна култура 2. Маркетинг в социалните медии 3. Дизайн на микросъбития 4. Приложни маркетингови проучвания (разработване на практически проект)	4.0 4.0 4.0 4.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 1 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 60 КРЕДИТА

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/>

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Управление на събития (Event management)
ОКС «Магистър»

ДИЗАЙН И ПЛАНИРАНЕ НА СЪБИТИЯ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

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 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: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Теодора Кирякова

Анотация:

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

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 маркетингови 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 туристически 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, Технологии 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

Седмичен хорариум: 3л + 1су

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:

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 музея. 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: 1

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 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-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: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

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

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

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: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

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:

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

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: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

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 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: 1

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:

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

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

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Гергана 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

Седмичен хорариум: 3л + 0су

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 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 обмена 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**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър:** 2**Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: проф.д-р Мария Станкова**Анотация:**

Лекционният курс е фокусирана 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

Седмичен хорариум: 3л + 1су**Вид на изпита:** писмен

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

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

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: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Руска Божкова

Анотация:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

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: 2

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.

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

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: 2****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 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.

Седмичен хорариум: 3л + 1су**Вид на изпита:** писмен