



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 "бакалавър" или "магистър" в професионални направления различни от 3.9. Туризм.

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОГРАМАТА

Настоящата квалификационна характеристика отразява обхвата и нивото на професионалните знания и умения, които трябва да придобият завършилите магистърска степен по програма „Управление на 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 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, 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. Въведение в туризма 2. Икономика на туризма 3. Управление на туристическите дестинации 4. Хотелиерство и ресторантьорство 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0	1. Туристически ресурси 2. Туроператорска и агентска дейност 3. Туристически брандинг 4. Конюнктура в туристическата индустрия 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)	
1. Туристическа политика 2. Потребителска култура в туризма 3. Прогнозиране в туризма 4. Кариерно развитие в туризма 5. Финансиране и кредитиране в туризма	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0	1. Геотуризм 2. Управление на храните и напитките 3. Управление на туристическите атракции 4. Балнеоложки туризм 5. Туристически борси и изложения	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. 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 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)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)	
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	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 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Туризъм
Магистърска програма: Управление на събития (Event management)

ВЪВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Формула за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Любомира Пинелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

Седмичен хорариум: 3л+1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 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 по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Лектор: проф.д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ХОТЕЛИЕРСТВО И РЕСТОРАНТЪОРСТВО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас.д-р Любомира Пинелова

Анотация:

Хотелиерството и ресторантьорството са основен елемент на туристическия бранш. Динамичното развитие на туризма у нас и в световен мащаб е силно обвързано с тяхното развитие. Не е възможно да си представим съвременния туризъм без хотелиерство и ресторантьорство. Чрез тях се валоризират

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

туристическите ресурси и се включват в туристическото предлагане. Хотелиерството и ресторантьорството вече не са просто осигуряване на възможност за пренощуване и храна. Те концентрират в себе си все повече туристически дейности, както и все по-голяма част от приходите в туризма. Така хотелиерството и ресторантьорството стават все по-широко обхватни понятия и все повече се превръщат в „гръбнак“ на туристическия бранш. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите и да им даде основни познания относно разнообразните аспекти на хотелиерството и ресторантьорството. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: 1. Усвояване на знания за задълженията и отговорностите на персонала в хотелиерските и ресторантьорските заведения като основни изпълнители на тази дейност. 2. Усвояване на знания и практически умения за технологичните процеси в хотела и ресторанта. 3. Запознаване със съвременните изисквания за качество и безопасност в храненето и туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ТУРИСТИЧЕСКА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

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

ПОТРЕБИТЕЛСКА КУЛТУРА В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ПРОГНОЗИРАНЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Владимир Ценков

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Концепцията за изпреварващото отражение в прогнозирането. Използването на процесния подход. Субективно и обективно прогнозиране. Унивариативно и мултивариативно прогнозиране. Точност и прецизност при прогнозиране на туристическите показатели. Експертни методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: методи от вида „Бизнес барометър“, Ифо методи, Метод Делфи и др. Методи на сценария и матрични методи за прогнозиране на туристическата конюнктура. Мултивариативни методи за прогнозиране: Иконометрични методи. ARIMA и SARIMA методи. Поява и развитие на методите за прогнозиране чрез експоненциално изглаждане. Таксономия на методите за прогнозиране чрез експоненциално изглаждане. Унивариативни статистически методи за прогнозиране

на туристическата конюнктура: Наивен (прост) метод, Индексен метод, Метод на верижните средни величини. Трендови метод. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Методи с използване на експоненциално изглаждане – Метод на единичното (просто) експоненциално изглаждане; Метод на двойното експоненциално изглаждане на Браун, Теорема на Браун, Метод на Холт. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Методи с използване на експоненциално изглаждане – Метод на Холт-Уинтърс, Метод на Тейлър. Корекция на Тронкосо и Гарсиа-Диас на Метода на Тейлър. Прогнозиране на туристическите пристигания на база годишни и месечни данни. Прогнозиране на приходите от туризъм на база годишни и месечни данни. Прогнозиране на разходите за труд в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

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

КАРИЕРНО РАЗВИТИЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Гургана Ангелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ФИНАНСИРАНЕ И КРЕДИТИРАНЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм
Стопански факултет
Лектор: доц.д-р Елена Ставрова

Анотация:

Учебната дисциплина има за задача да предложи необходимите теоретични и практически знания в областта на структурата на финансовата система, публичните финанси, финансовата и данъчна политика и основните източници за финансиране на малкия бизнес. Познанията за основните източници за генериране на приходите и разходни потоци в публичните финанси, основите на корпоративните финанси и тяхното ефективно използване представляват главни цели пред курса на обучение. Ползвайки подходящ терминологичен апарат се поставят основите на многоаспектни познания, служещи като основа за развитие и в други направления на финансовото осигуряване на туристическата индустрия, за успешна реализация на самостоятелен бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм
Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Илинка Терзийска

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

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.

ТУРИСТИЧЕСКИ БРАНДИНГ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Гергана Ангелова

Анотация:

Дисциплината разглежда основният набор от мероприятия и водещи принципи, необходими за изграждането на успешен и устойчив бранд. Дискутират се голям брой добри практики както на големи световноизвестни дестинации, така и на по-малки, но уникални по своя характер места, успели да се

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 2л + 2су

Вид на изпита: писмен

идентифицират по атрактивен и неповторим начин. Освен на ниво дестинация, брендингът се изучава и на ниво туристическо предприятие – заведение за настаняване, заведение за хранене и развлечение, туроператор и турагент, транспортна фирма, онлайн дистрибутор. Инструментите за успешен брендинг на туристическо предприятие се представят през призмата на разпознаваеми хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски и електронни брандове. Студентите имат възможност да дискутират реални практики и предизвикателства, с които ще се сблъскат в бъдещата им професионална реализация в тази област и с възможни решения, които могат да предложат.

Съдържание на учебната дисциплина:

Възникване и развитие на концепцията за брендинга на макро и микро ниво. Емоционални връзки между места и посетители. „Брендинг“ срещу „маркетинг“ и „бренд“ срещу „марка“. Добра практика за брендинг, предхождащ маркетинга. Стъпки за превръщането на една марка в бренд. Типология на бранда на място – общ бренд на мястото, туристически бренд, икономически бренд, бренд на общността, тематични брандове. Характеристики и символи на туристическия бренд. Етапи на представяне на туристическия бренд. „Емоциониране“ и „позициониране“ на туристическия бренд. Мотиви за предприемане на туристическа покупка. Конкурентни предимства на туристическия бренд. Бренд мениджмънт. Брендинг стратегия на туристическите предприятия. Фактори, определящи потребителския избор на туристическия бренд – външни, културни, психологически, социопсихологически, личностни характеристики. Етапи на изграждане на туристическия бренд – оценка и одит, анализ и предимства, подкреждане и групиране, изразяване, прилагане, възприемане и нагласи, действия и последствия. Показатели и модели за анализ и оценка на туристическия бренд. Показатели за възприятие, поведение, пазарни и финансови показатели. Модел на контактния брендинг и други брендинг модели. Брендинг на хотелиерско предприятие. Същност на хотелиерския продукт. Разпознаваемост и уникални черти на хотелиерските брандове. Брендинг на ресторантьорско предприятие. Същност на ресторантьорския продукт. Диверсификация на потребителското търсене на ресторантьорски продукт. Разпознаваемост и уникални черти на ресторантьорските брандове. Брендинг на all-inclusive курортен комплекс. Същност на курортните комплекси тип all-inclusive. Разпознаваемост и уникални черти на all-inclusive комплексите. Брендинг на туристически оператор. Компоненти на туроператорския продукт. Корпоративна култура и конкурентни предимства на туристическия оператор. Електронен брендинг (E-branding). Предимства и недостатъци на електронния бренд. Оценка на ефективността на електронния бренд. Ребрендинг на туристическа дестинация с неблагоприятна репутация в миналото. Основни инструменти за ребрендинг на туристическата дестинация. Брендинг на големи и малки туристически дестинации. Концептуализация на брендинга на макро и микро ниво. Инструменти на национална брендинг стратегия.

Технология на обучението и оценяване:

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

КОНЮНКТУРА В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

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.

Седмичен хорариум: 3л + 1сч

Вид на изпита: писмен

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ГЕОТУРИЗЪМ**ECTS кредити: 3****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 2****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

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

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ХРАНИТЕ И НАПИТКИТЕ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Теодора Кирякова

Анотация:

Дисциплината е методически организирана, за да запознае студентите с управлението на храните чрез представяне на трите различни комплекса от приложни знания в областта на храните, а именно – технологичен, управленски и законодателен. Акцент в дисциплината има управлението и контрола на качеството. Знанията по храните и напитките са част от ключовите компетенции, които управленския и изпълнителния персонал в туризма е необходимо да притежават, за да могат в своята дейност да осигурят моделите за управление на храните. Учебната програма обхваща многоаспектни в своята същност понятия. С оглед на мощните дискусии в обществото за БИО храни, за ГМО храни, за Европейски стандарти и етикети, в предмет на дискусии са основните химични и микробиологични понятия, процеси при определяне качеството на храните, а също и основните изисквания за безопасност. Други централни теми, отново свързани с динамиката за оптимизиране на качество, са влиянието на технологичните и организационни фактори. Особено значение е отделено за запознаване на студентите както с добрите практики на управлението на храните, които отразяват изключителното значение на дисциплината за съвременната технология и мениджърска практика.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АТРАКЦИИ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Вид на изпита: писмен

Катедра Туризм
Стопански факултет
Лектор: гл.ас.д-р Руска Божкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Туристически атракции – същност и видове. Туристическо райониране. Местоположение на туристическите атракции в България. Онлайн регистър на туристическите атракции в България. Закона за туризма и организации за управление на туристическите райони (ОУТР). Теоретични основи на управлението. Видове управление на туристическите атракции. Същност и специфика на вземането на управленско решение. Дигитализация на туристическите атракции. Характеристика на основните управленски функции. Стратегическо планиране. Процес на стратегическо планиране. Формулиране на стратегически план. Изпълнение (прилагане) на стратегически план. Етапи на процеса на изработване на управленски решения. Методи на вземане на групови управленски решения. Иновативни управленски подходи в туризма. Пазарен и продажбен потенциал на фирмата. Разработка на прогнозите за продажба. Прогнозни методи. Маркетинг микс. Фактори действащи на пазара и влияещи върху избора на маркетинг микса. Етика и социална отговорност при вземането на управленски решения. Управление на конфликтите. Развитие на европейските туристически региони. Регионална политика на европейския съюз за туризма.

Технология на обучението и оценяване:

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

БАЛНЕОЛОЖКИ ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм
Стопански Факултет

Лектор: гл.ас.д-р Руска Божкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на балнеоложкия туризъм. Еволюция на балнеоложкия туризъм. Ресурсна осигуреност за развитието на балнеоложкия туризъм. Законова уредба. Съвременни изисквания и диверсификация на услугите в балнеоложкия туризъм. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Южен Черноморски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ТУРИСТИЧЕСКИ БОРСИ И ИЗЛОЖЕНИЯ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р София Мирцова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на туристическите изложения и туристическите борси като периодични и специализирани видове туристически пазари. Идентификация на пазарните сегменти и целевия пазар на туристическите изложения (туристическите борси). Видове туристически изложения и туристически борси: национални туристически изложения и борси. Организация и цели. Видове туристически изложения и туристически борси: регионални туристически изложения и борси (в рамките да даден регион съгласно регионалната класификация на Световната организация по туризъм към ООН). Организация и цели. Видове туристически изложения и туристически борси: туристически изложения и борси с международно (световно) значение. Организация и цели. Роля на националната туристическа администрация на Република България за организирането и подпомагане участието на туристическите фирми в национални и международни туристически борси и изложения. Договарянето и заплащане участието на самостоятелни щандове и/или споделено щандово пространство. Подготовка на рекламно-информационни материали и промоционални дейности. Информационно и комуникационно осигуряване на щандовете. Бюджетирането на участието в на туристически изложения – при самостоятелна форма или в при групово участие (участие със споделено щандово пространство). Маркетинговите подходи за

представяне и промотиране на туристическите продукти на туристическите изложения. Оформяне и подредба на щандовете и щандовото пространство. Межкултурни особености на участниците и посетителите на туристическите изложения. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Русия, Украйна, Грузия и страните, членки на ОНД. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Близкия Изток, вкл. Израел. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Далечния Изток: Китай, Япония и Южна Корея.

Технология на обучението и оценяване:

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

ДИЗАЙН И ПЛАНИРАНЕ НА СЪБИТИЯ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

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

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

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

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

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 музея. Техники на интерпретация в атракциите за посетители: операционализация на организираният 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

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

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

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

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

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

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

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

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 Туризъм

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

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

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 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

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

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 бори с теорията на логистиката, но също така да се познават добрите

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

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. Доставка 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: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

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

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

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 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

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: 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.