



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ"

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

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

Катедра "Туризм"

Информационен пакет ECTS

Специалност Управление на туристическите агенции

Образователно–квалификационна степен: Магистър

Обучението е предназначено за завършили ОКС "бакалавър" / "магистър" в професионално направление 3.9. Туризм.

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОГРАМАТА

Настоящата квалификационна характеристика отразява обхвата и нивото на професионалните знания и умения, които трябва да придобият завършилите магистърска степен по програма „Управление на туристическите агенции“, както и областите на тяхната бъдеща професионална реализация.

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

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

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

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

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

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

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

Знания

Специалистът с образователно-квалификационна степен "магистър" от магистърската програма по „Управление на туристическите агенции ” притежава висока организационна, социална и икономическа култура. Знанията му са свързани с управлението, планирането и технологията на осъществяване на туроператорска и туристическа агентска дейност, както и са свързани със специфични процеси и дейности, типични за индустрията на туризма и пътуванията.

Умения

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

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

Компетентности

Специалистът, завършил ОКС "магистър" с професионална квалификация "Управление на туристическите агенции" придобива компетентности, чиито характеристики следват изискванията на Европейската квалификационна рамка (ЕКР), Националната квалификационна рамка (НКР) и Европейската система за трансфер на кредити (ECTS), в съответствие с ниво 7 от ЕКР, съответно ниво 7 от НКР. В своята съвкупност, те предвиждат обучаващите:

- да предлагат управленски решения в туроператорската и агентска дейност;
- да притежават необходимия капацитет за избор и изпълнение на управленски решения в съответствие и прилагане на международното, европейското и националното законодателство в областта на туристическите агенции;

- да боравят с технологичните системи в туроператорската и агентска дейност, особено в аспекта на ОТА;
- да притежават необходимия капацитет за проектиране, разработване и промотиране на туристически пакети
- да проучват и интегрират в дейността тенденциите в развитието на туристическия бизнес в международен мащаб;
- да имат капацитета да координират работата на отделни служители/отдели/подразделения в съответната организация/фирма;
- да имат капацитета да управляват връзките с участниците в логистичните системи, осигуряващи функционирането на туристическата верига.
- Да вземат самостоятелни решения относно основните стратегически цели на туристическото предприятие в което работят, включително по отношение на: избора на предлаганите туристически продукти и услуги; набора и подбора на персонала, целевите пазари и основните видове клиенти; цялостната иновационна политика, желаното и възможно качество на туристическите продукти и услуги и т.н.
- Да притежават капацитета за правилен и адекватен подбор на предлаганите туристически продукти и услуги спрямо потребностите и желанията на потребителите.
- Да притежава капацитет за свободно използване на чужд език за целите на писмената комуникация и бизнес кореспонденцията в туризма;
- Да изгражда в себе си и да развива на разностранна лична лингвистична компетентност, позволяваща бърза ориентация в динамиката на лексикалния състав на съответния език в сферите на туристическата и бизнес терминологията.
- Да притежава способност самостоятелно да изработва и предлага управленски решения по отношение на ежедневните бизнес операции и дейности на устойчивото развитие на туризма, както и за прилагане на законодателството за здраве и безопасност при труд, социална сигурност и защита на потребителите в съответствие с концепцията за устойчиво развитие в дейността на организацията.
- Да е в състояние да избира и прилага принципите на бизнес етиката и съществуващото международно, европейско и национално законодателство и регулация в сферата на туризма в вътрешните правила и нормативни документи на туристическите организации;
- Да притежава способността да се интегрира в екип и да притежава капацитета да сформира и организира екипи от хора за работа в сферата на малкия и среден бизнес и за реализацията на иновативни проекти;
- Да притежава капацитета да отговаря по подходящ начин на потребностите на потребителите и да подбира подходящите начини за тяхното удовлетворение в съответствие с продуктите/услугите, предлагани от съответната организация/фирма;
- Да притежава капацитета да координира работата на отделни служители/отдели/подразделения в съответната организация/фирма;
- Да подбира и използва подходящите методи за осъществяване на количествен и качествен анализ и да притежава капацитета за прилагане на съвременните методи за събиране и обработка на данни за нуждите на бизнес организациите и публичните институции в сферата на туризма;
- Да е в състояние да предлага и подбира подходящи идеи за разработването на нови туристически продукти и/или отделни нови услуги и производствени технологии в сферата на туризма.
- Да може да провежда самостоятелно или в екип проучвания на туристическите пазари или на аудиториите от заинтересовани лица и потребителите в сферата на туризма.

4. ПРОФЕСИОНАЛНОТО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ НА СПЕЦИАЛИСТА

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

- пазара на туристическите услуги
- състоянието и развитието на туристическите ресурси в различните географски райони
- нормативните актове и тяхното съблюдаване в хотелиерството, ресторантьорството, туроператорската и агентската дейност, рекламата и пр. дейности свързани с туризма.

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

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

5. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

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

1120 / 7043 Ръководител/директор, обособено звено транспорт; 1120 / 7045 Регионален мениджър; 1120 / 7046 Управител, клон на търговско дружество; 1120 / 7014 Заместник-директор, предприятие; 1120 / 7015 Заместник-ръководител, кооперативно предприятие; 1120 / 7016 Заместник-председател, управителен съвет / съвет на директорите, търговско дружество; 1120 / 7017 Заместник-изпълнителен директор; 1120 / 7018 Председател, управителен съвет / съвет на директорите/ на търговско дружество; 1120 / 7019 Председател, Надзорен съвет в търговско дружество; 1120/7020 Член, съвет на директорите; 1120 / 7021 Член, управителен съвет; 1120 / 7022 Прокуриснт /търговски управител/; 1120 / 7023 Управител; 1213 / 5046 Ръководител проект; 1213 / 7015 Икономически директор; 1213 / 6016 Мениджър, корпоративно планиране; 1213 / 7017 Заместник-директор на дирекция, администрация; 1324 / 5025 Ръководител група, транспорт; 1324 / 5026 Ръководител, транспорт; 1324 / 3027 Ръководител смяна, транспортно експлоатационно звено; 1324 / 3028 Ръководител смяна, ремонтно звено; 1344 / 6006 Социален предприемач, социални услуги; 1411 / 3001 Ръководител, отдел в хотел; 1411 / 3002 Управител, хотел; 1411 / 3003 Управител, мотел; 1411 / 3004 Управител, пансион; 1412 / 3001 Управител, заведение за обществено хранене; 1412 / 3002 Управител, павилион; 1412 / 3003 Управител, ресторант на самообслужване; 1412 / 3004 Управител, сладкарница/кафене; 1412 / 3005 Управител, бар; 1412 / 3006 Управител, ресторант; 1412 / 3007 Управител, стол; 1412 / 3008 Управител, приготвяне и доставяне на храна (кетъринг); 1412 / 3009 Ръководител, отдел в ресторант; 1412 / 3010 Гостилничар; 1412 / 3011 Съдържател, ресторант; 1439 / 3014 Хижар; 1431 / 3015 Управител, отдиш; 1431 / 3020 Управител, развлекателни/увеселителни паркове; 1431 / 6021 Ръководител, отдел в културните дейности; 1431 / 6022 Ръководител отдел, отдиш; 1431 / 6023 Ръководител отдел, спортни дейности; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 3004 Управител, туристическа агенция; 1439 / 3005 Управител, бюро за услуги; 1439 / 3006 Управител, хижа; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 3003 Управител, къмпинг; 1439 / 6007 Ръководител, отдел в туристически агенции; 1439 / 3008 Ръководител, контактен център; 1439 / 3009 Ръководител, конферентен център; 1439 / 5012 Ръководител, база; 4221 / 3001 Консултант, пътнически транспорт; 4221 / 3002 Организатор, пътнически транспорт; 4221 / 3003 Организатор, пътувания; 4221 / 5004 Специалист, туризъм; 4221 / 2005 Служител, издаване на пътнически билети; 4221 / 2006 Служител, информация за пътувания; 4221 / 2007 Служител, пътническа агенция/бюро; 4221 / 2008 Служител, резервации; 4221 / 2009 Служител, гише за регистрация на пътници и багажи; 4224 / 2001 Рецепционист, хотел; 4224 / 3002 Администратор, хотел;

Квалификационната характеристика на магистърска програма "Управление на туристическите агенции" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по управление на туристическите агенции" е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на ОКС "Магистър", "Бакалавър", "Специалист" и с Правилниците на ЮЗУ "Неофит Рилски".

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН

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

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.9. ТУРИЗЪМ

СПЕЦИАЛНОСТ: УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ

ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР

ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ

ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Управление на туроператорската и агентска дейност	5.0	1. Ценообразуване в туроператорската и агентска дейност	4.0
2. Управление на маркетинга в туризма	5.0	2. Туристически транспорт и логистика	3.0
3. Разработване и промотиране на туристически продукти	5.0	3. Он-лайн туристически агенции (ОТА)	4.0
4. Глобални резервационни системи	5.0	4. Избираема дисциплина	4.0
5. Избираема дисциплина	5.0	Държавен изпит или защита на дипломна работа	15.0
6. Избираема дисциплина	5.0		
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини от групата)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина от групата)	
Избираеми дисциплини		Избираеми дисциплини	
1. Управление на проекти в туристическите агенции (разработване на практически проект)	5.0	1. Бизнес етика и защита на потребителите в туризма	4.0
2. Проектиране на туристически маршрути (разработване на практически проект)	5.0	2. Застраховане в туризма	4.0
3. Екскурзоводска дейност и водене на туристически групи (разработване на практически проект)	5.0	3. Финансиране на туристическите операции	4.0
4. Взаимодействие и грижа за клиента	5.0	4. Управление на веригата на доставките в туризма	4.0
5. Специализирани туроператори	5.0	5. Анализ на конкурентната среда (разработване на практически проект)	4.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 1 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 60 КРЕДИТА

Координати за връзка:

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

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

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

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

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Управление на туристическите агенции
ОКС «Магистър»

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРОПЕРАТОРСКАТА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 5

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология за обучение и оценяване

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

УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Теодора Кирякова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в мениджмънт на маркетинга в туризма. Значение, развитие, перспективи и елементи на мениджмънт на маркетинга в туризма. Основни задачи в мениджмънта на туристическия маркетинг. Управленски и маркетингов цикъл на туристическото предприятие. Задачи и основи при вземане на решения в управленския цикъл на туристическата дейност. Приложение на вземането на решения в управленския цикъл на туристическите предприятия. Контрол в управленския цикъл. Информация и комуникация в управленския цикъл на туристическото предприятие. Управление на промените. Концепции, инструменти и процеси на управление на промяната и комуникация в процеса на промяна в туристическото предприятие. Туристическо поведение при промяна и лидерски задачи при промяна. Управление на възможностите и фактори за успех в управлението на промените в туристическата дейност. Инициране, проектиране и прилагане на процеси на промяна. Основи на управлението на конфликти: Модели за разрешаване на конфликти и модел на процеса на конфликтна дискусия. Профилирано управление на маркетинга чрез управление на нови комуникационни модели.

Технология на обучението и оценяване:

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

РАЗРАБОТВАНЕ И ПРОМОТИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Илинка Терзийска

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в туроператорските продукти: Основни понятия и дефиниции в туризма и туроператорската индустрия. Анализ на туристическия пазар, идентификация на потребностите на целевата аудитория и конкурентни предимства. Тенденции в туристическата индустрия: Преглед на актуалните тенденции и иновации, които влияят на разработването на туроператорски продукти. Сегментация на пазара и целева аудитория: Определяне на подходящи сегменти от пазара и насочване на продуктите към конкретни групи клиенти. Създаване на туристически продукт: Процесът на проектиране и разработка на уникален туроператорски продукт, включително маршрутни планове и услуги. Качество и управление на риска: Методи за осигуряване на качество на туроператорския продукт и управление на рисковете в туризма. Транспорт и логистика: Оптимизация на транспортните решения и логистиката за ефективност на туристическите продукти. Хотелиерство и настаняване: Избор на подходящи хотели и настаняване за различните типове туристически групи. Екскурзоводство и уреждане на услуги: Разработка на програми за екскурзоводство и организация на допълнителни услуги за клиентите. Технологии за резервации и

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

управление на продажбите: Използване на съвременни технологии за управление на резервации и продажби. Маркетинг на туроператорски продукти: Стратегии за маркетинг и позициониране на туроператорските продукти на пазара. Ценообразуване и финансов анализ: Процес на определяне на цените и финансов анализ на туроператорските продукти. Промоция и реклама: Използване на различни канали за промоция и реклама на туроператорските продукти. Отзиви и управление на клиентски опит: Важността на отзивите от клиентите и методи за управление на клиентския опит. Отговорност и етика: Етичните аспекти и отговорността на туроператорите към околната среда, културното наследство и обществото.

Технология на обучение и оценяване

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

ГЛОБАЛНИ РЕЗЕРВАЦИОННИ СИСТЕМИ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас. д-р Любомира Пинелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучение и оценяване

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОЕКТИ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АГЕНЦИИ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Теоретични основи на управлението. Същност и специфика на вземането на управленско решение. Характеристика на основните управленски функции. Стратегическо планиране. Процес на стратегическо планиране. Методология на изпълнение (прилагане) на стратегически план. Етапи на процеса на изработване на управленски решения. Методологии за управление на проекти в туристическата агенция (Waterfall, Lean, Agile, Kanban, Scrum). Дигитална трансформация на туристическия бизнес и преживявания. Иновативни управленски подходи в туризма. Пазарен и продажбен потенциал на туристическата агенция. Разработка на прогнозите за продажба. Прогнозни методи. Етика и социална отговорност при вземането на управленски решения. Управление на конфликтите. Интернационализацията на туристическите агенции. Туристически панаири (IBTM, Smart Tourism Congress CETT Barcelona, 4YFN, Mobile World Congress или B-Travel и др.)

Технология на обучението и оценяване:

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

ПРОЕКТИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ МАРШРУТИ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 5

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в проектирането на туристически маршрути: Основни понятия и компоненти на туристическия маршрут, ролята му в туризма и възможни предизвикателства. Пазарен анализ: Анализ на туристическите тенденции, предпочитанията на клиентите и потребностите на различни сегменти от пазара. Целева аудитория и сегментация на пазара: Идентификация на целевата аудитория и адаптиране на маршрутите спрямо специфичните интереси и предпочитания на туристите. Избор на туристически забележителности: Процесът на избор на атракции и забележителности, които да бъдат включени в маршрута. Транспорт и логистика: Планиране на транспортните връзки и оптимизиране на логистиката за ефективност на маршрута. Настаняване и хранене: Избор на подходящи места за настаняване и хранене по време на туристическия маршрут. Културно и историческо наследство: Включване на културни и исторически обекти в маршрута и разработка на образователни преживявания. Природни забележителности и екологичен туризъм: Разработка на маршрути, които подпомагат устойчивия туризъм и запазват природната среда. Активен туризъм и приключенски дейности: Включване на приключенски спортове и активни дейности в туристическия маршрут. Продажба и маркетинг на туристически маршрути: Стратегии за привличане на клиенти и продажба на маршрутите на пазара. Финансово планиране и бюджетиране: Определяне на разходите и приходите от маршрутите и изготвяне

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

на финансови бюджети. Управление на риска и безопасност: Разработка на мерки за управление на рисковете и осигуряване на безопасността на туристите по време на маршрута. Измерване на успеха: Оценка на ефективността на маршрутите и методи за измерване на клиентското удовлетворение. Технологии в проектирането на маршрути: Използване на съвременни технологии и софтуери за създаване и визуализация на туристически маршрути. Отговорност и етика: Разбиране на отговорността на туроператорите към обществото, културното наследство и околната среда при проектирането на маршрутите.

Технология на обучението и оценяване:

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

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

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас. д-р Любомира Пинелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Гергана Ангелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Еволюция на взаимоотношенията и грижата за клиента. Създаване на стойност чрез клиентите. Технологичната революция и взаимоотношенията с клиентите. Изграждане на взаимоотношения с клиентите. Масови медии и брандинг. Програми за лоялност. Изграждане на доверие сред клиентите. Основни задачи за създаване и управление на взаимоотношенията с клиентите. Идентифициране на клиентите. Създаване и използване на клиентски бази данни. Диференциране на клиентите. Стойност на клиента. Справяне с трудните клиенти. Поведение и потребности на клиентите. Категоризиране на клиентите според техните потребности. Изграждане на стойност за клиента. Взаимодействие с клиентите. Стратегия за сътрудничество с клиентите. Справяне с оплаквания. Разбиране на клиентите, диалог и социални медии. "Обслужване в тъпата" – клиенти, помагачи на други клиенти. Поверителност и защита на личните данни на клиентите. Обратна връзка от клиентите. Персонализиране на стандартизирани продукти и услуги. Създаване на стойност. Клиентска лоялност и клиентски капитал. Измерване и анализ на възвръщаемостта. Максимизиране на дългосрочната стойност. Подобряване на грижата за клиента. Стратегия за обслужването и взаимоотношенията с клиентите. Модел за максимизиране на клиентската удовлетвореност и лоялност. Грижата за клиента като основен реквизит на брандинг стратегията. Персонализирани брандове за пазарни сегменти

Технология на обучението и оценяване:

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

СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ТУРОПЕРАТОРИ

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 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 Илинка Терзийска

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в специализираните туроператори: История, определение и роля в туризма. Типове специализирани туроператори: Обзор на различните видове специализирани туроператори и техните специфични характеристики. Управление на специализирани туроператори: Организационна структура, ключови функции и предизвикателства в управлението на специализирани туроператори. Туристически продукти и пазари: Анализ на специализираните туристически продукти, техните характеристики и целевите пазари. Отговорно пътуване: изисквания е тенденции при специализираните туроператори. Индустрия за приключенски туризъм: Изследване на тенденции и възможности в индустрията за приключенски туризъм. Гурме туризъм: Развитие и възможности за специализирани туроператори. Медицински и здравни турове: Анализ на медицинските и здравните турове, специализираните услуги и дестинации. Винени турове: тенденции, типология, фактори за успех. Туризм за пазаруване и мода: Ролята на специализираните туроператори в насочването на туристи към модни за пазаруване

дестинации. Туризм за културно наследство: Изследване на специализирани туроператори, които се фокусират върху културното наследство и археологическите обекти. Туризм за екологична и отговорна посока: Оценка на екологичния туризм и специализираните туроператори, които подкрепят устойчивия туризм. Орнитоложки туризм и туризм на дивата природа: Специфики, дестинации, услуги. Туризм за лукс и спа: Изследване на луксозния туризм и специализираните туроператори, които предлагат спа услуги и релаксация. Индустриални стандарти и регулации: Преглед на туристическите стандарти и регулации, които засягат специализирания туризм

Технология на обучението и оценяване:

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

ЦЕНООБРАЗУВАНЕ В ТУРОПЕРАТОРСКАТА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ТУРИСТИЧЕСКИ ТРАНСПОРТ И ЛОГИСТИКА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл.ас. д-р София Мирчова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ОН-ЛАЙН ТУРИСТИЧЕСКИ АГЕНЦИИ (ОТА)

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: проф.д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Ролята на дистрибуционните канали в маркетинга на туризма. История на развитието на онлайн дистрибуционните канали. Видове онлайн дистрибуционни канали. Онлайн резервационни системи по сектори в туризма. Авиолинии и авиопревозвачи. Туроператори и турагенции. Хотелиерство. Транспорт, наземен и по море. Интермедиация и дисинтермедиация в дистрибуционния процес в туризма. Обща схема на електронния пазар – Buhalis. Централни резервационни системи – CRS. Глобални дистрибуционни системи – GDS. Онлайн турагенти – OTA. Онлайн туристически агенции в хотелиерството. Видове. Принцип на работа. Комисионни и такси. Онлайн резервационни системи в аспекта на икономиката на споделянето в туризма. Airbnb, Homestay, Flipkey, Couchsurfing, Uber, Lyft, Bolt, We Work и други. Онлайн турагенции в сферата на авиотранспорта, наземния транспорт и морските круизни линии. Scyscanner, Kiwi, Momondo, Skiplagged, Kayak, Nopper, Cheapoair и други. Преглед на функционалните особености на най-големите онлайн турагенции в хотелиерството. Booking.Com,

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Expedia, Hrs, Strip, Agoda и други. Крайният потребител като цел на онлайн резервационните системи. Възможността за изява на потребителя и оценяване на неговото мнение. Платформи за оценка на туристическия продукт онлайн. Tripadvisor, Google, ОТА уебсайтове. Туристическият маркетинг в преход към маркетинг 4.0 – споделяната икономика чрез дигитални канали. Маркетинг на взаимодействието между клиентите и компаниите.

Технология на обучението и оценяване:

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

БИЗНЕС ЕТИКА И ЗАЩИТА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц.д-р Теодора Кирякова

Анотация:

Акцент в програмата съставляват икономическите познания с етично-философско разбиране. В учебната ви програма са включени предмети като етика, философия и социални науки, но също така и икономика, финанси и управление на човешките ресурси. Освен това обикновено се предават и общи познания по мениджмънт и бизнес администрация. Основната цел е да се предоставят базисни знания от класическата теория на етиката и на бизнес етиката, а след това те да се поставят и практиката на туристическите агенции. Друга основна цел на курса е да акцентува върху защитата на потребителите най-вече в периоди на кризи. Тук също се обръща внимание на етичната страна в управлението на конфликтите.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ФИНАНСИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ОПЕРАЦИИ

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Гергана Ангелова

Анотация:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

УПРАВЛЕНИЕ НА ВЕРИГАТА НА ДОСТАВКИТЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и характеристика на управлението на доставките в туристическата индустрия. Международни, национални и европейски особености в управлението на доставките в туризма. Цели на управлението на доставките в туризма. Връзки на управлението на доставките с логистиката в туризма. Ролята за

прогнозирането при управлението на доставките. Планиране и контрол на логистичните дейности и на информационните потоци на макро и микро ниво. Управление на доставките и управление на операциите. Управление на доставките в контекста на маркетинговата организационна теория. Управление на доставките и информационни системи за стратегическо управление. Ефективност на управление на доставките чрез оптимизиране на процесите на снабдяване, производство и доставка. Координиране, интегриране и контролиране на продуктовете, информационните и финансовите потоци в туристическото предприятие.

Технология на обучението и оценяване:

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

**АНАЛИЗ НА КОНКУРЕНТНАТА СРЕДА
(РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)**

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Теодора Кирякова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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