



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: Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт

Обучението е предназначено за студенти завършили ОКС "професионален бакалавър по..." в професионално направление 3.9. Туризм.

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОГРАМАТА

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

Организираната в практико-приложен аспект рамка на учебния план, е съобразена с изискванията на съвременния пазар на труда и има за основна цел да подготви конкурентноспособни, висококвалифицирани специалисти в туристическата индустрия.

Настоящата програма е съобразена с изискванията и тенденциите на пазара на труда в България, бидейки базирана на целенасочено проведени национални проучвания и има за основна цел да отговори на нарастващите потребности от кадри в областта на хотелиерството и ресторантьорството.

Завършилите магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“, получават ключови управленски компетенции в практически умения, даващи възможност за организиране на собствен хотелиерски или ресторантьорски бизнес и/или изпълнение на топ-мениджърски функции. Поради това, в учебния план присъстват дисциплини, които изграждат базата от знания, свързани с управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност. Особено внимание е обърнато на специални дейности като дигитална дистрибуция в гостоприемството, управление на приходите в гостоприемството и управление на човешките ресурси и организационното поведение.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Посредством изучаването на комплекса от учебни дисциплини да се подготвят специалисти с качествени теоретични и свързани с практиката знания и умения, в състояние да изпълняват своите професионални задължения в сферата на хотелиерски и ресторантьорски бизнес.

Чрез придобиване на професионална квалификация по програмата, завършилите ще могат да ръководят и участват в управленската, организационната, маркетинговата и иновационната, дейност на фирмите от сектор туризм и по конкретно в осъществяващите хотелиерска и ресторантьорска дейност.

Магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“ предоставя задълбочени теоретични знания, умения и компетентности, свързани с управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност, уменията за продажби и маркетинговите подходи, както и финансовите инструменти използвани в сектора.

Обучението на студентите включва задължителна специализираща подготовка, избираеми дисциплини и факултативен блок. На тази база се постига усвояване на съвкупност от специфични знания, свързани с особеностите на управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност. Особено внимание е обърнато на специални дейности с акцент върху

дигитализацията и технологизацията на процесите в сферата на хотелиерството, управлението на луксозни хотели, хотелската анимация, кетеринга и сомелиерството.

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

Знания

Специалистът с образователно-квалификационна степен "магистър" от магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“ притежава висока организационна, социална и икономическа култура. Знанията му са свързани с управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност, както и са свързани със специфични процеси и дейности, типични за индустрията на гостоприемството. По конкретно те могат:

- да обясняват различните видове основни категории хотели, хотелски комплекси и други видове места за настаняване;
- да обясняват различните видове основни категории ресторанти други видове заведения за хранене;
- да разкриват същността и функциите на местата за забавление и развлечение, тематичните паркове и другите събирателни в туристическо отношение обекти;
- да обясняват и пресъздават основните функции на предприемаческата дейност в туризма;
- да познават и да представят видовете основни и допълнителни продукти и услуги в хотелиерството и ресторантьорството;
- да изброяват и обясняват същността на отделните етапи в основните производствени процеси в хотелиерството и ресторантьорството;
- да представят съдържанието, насочеността и предназначението на основните видове управленски стратегии в хотелиерството и ресторантьорството;
- да обясняват същността на основните техники по технологии при реализацията на бизнес процесите в хотелиерството и ресторантьорството;
- да познават и обясняват предназначението на функцията по управление на персонала в хотелиерството и ресторантьорството, включително по неговия набор, подбор обучение и мотивиране;
- да познават, обясняват в детайли същността и философията на маркетинговата дейност в хотелиерството и ресторантьорството, включително отделните видове маркетингови политики като продуктова политика, рекламна, комуникационна и промоционална политика, дистрибуционна политика и ценова политика;
- да обясняват в подробности основните видове подходи и методи за провеждането на маркетингови и други видове проучвания в хотелиерството и ресторантьорството, за събирането и обработката на информация и нейното последващо интерпретиране.
- да обясняват същността на изработката на рекламни слогани и провеждането на рекламни кампании за нуждите на хотелиерските и ресторантьорски предприятия.
- да обясняват значението и приложното поле на управлението на риска в процесите на хотелиерството и ресторантьорството;
- да познават процесите по предизвикване и управляване на промените в организацията и създаването на нови продукти и услуги;
- да познават същността и подходите за прилагане на концепцията за устойчиво управление в хотелиерството и ресторантьорството, включително управлението на водните и енергийни ресурси, управлението на отпадъците и опазването на природните и антропогенни ресурси.

Умения

Специалистите, завършили образователно-квалификационна степен "магистър" с професионална квалификация "Магистър по хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт" притежават конкретни умения в областите на: управлението на процесите в хотелиерските и ресторантьорски обекти, спецификата на функциониране на хотелиерските и ресторантьорски вериги; управлението на активи в хотелските комплекси; логистичната и ресурсна осигуреност на хотелиерската и ресторантьорска дейност; кулинарния туризъм, кетъринга и сомелиерството, нормативната уредба в туризма. По-конкретно те притежават следните умения:

- Да реализират самостоятелна управленска дейност (включително и функциите по цялостното управление, планиране, организация и контрол на собствен туристически бизнес) по отношение на предприятията, в хотелиерството и ресторантьорството включително като формулират необходимите стратегически и оперативни цели и политики;
- Да имат способност за самостоятелно аналитично и критично мислене;
- Да генерират и/или да ръководят процеса по генериране и избор на идеи за разработването на нови туристически продукти и услуги, 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 бизнес процесите и реализираните бизнес проекти;
- Да изработват маркетинг планове и маркетингови стратегии на хотелската или ресторантьорска организация, в която работят или която ръководят;
- Да осъществяват самостоятелно или в екип или като ръководители на екип маркетингови проучвания, проучвания на мнението на потребителите и набиране на друг вид информация от пазарен или непазарен характер за нуждите на хотелиерската или ресторантьорска организация, в която работят или ръководят;
- 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 хотелиерското или ресторантьорско 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 споделен 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.
- Да прилагат на практика концепцията за изключителното предложение за продажба (ИПП) и концепцията за образа на марката при ръководенето от тяхна страна на изработката на рекламни слогани и провеждането на рекламни кампании за нуждите на хотелиерските и ресторантьорски предприятия.
- Да прилагат на практика основните стратегии, техники и инструменти за управлението на риска в процесите на хотелиерството и ресторантьорството;
- Да прилагат на практика основните стратегии, техники и инструменти за предизвикване и управляване на промените в организацията и създаването на нови продукти и услуги;
- Да прилагат на практика основните стратегии, техники и инструменти за устойчиво управление в хотелиерството и ресторантьорството, включително управлението на водните и енергийни ресурси, управлението на отпадъците и опазването на природните и антропогенни ресурси.

Компетентности

Характеристики на компетентностите, които ще се усвояват, са заложи в магистърската програма и са изведени съгласно 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 своята съвкупност, завършилите, предлаганата магистърска програма следва да притежават следните компетенции:

- Да притежават капацитет за свободно използване на чужд език за целите на писмената комуникация и бизнес кореспонденцията в сферата на хотелиерския и ресторантьорския мениджмънт;
- Да притежава капацитет самостоятелно да изработва и предлага управленски решения по отношение на ежедневните бизнес операции и дейности свързани с хотелиерския и ресторантьорския мениджмънт, както и за прилагане на законодателството за здраве и безопасност при труд, социална сигурност и защита на потребителите намиращи се в туристическите обекти.
- Да са в състояние да избират и прилагат принципите на бизнес етиката и съществуващите международни, европейски и национални практики в сферата на туризма при организирането и управлението на дейността;
- Да притежава способността да ръководят и да се интегрират в екип, както и да притежават капацитета да сформират и организират екипи от хора за работа в хотелиерския и ресторантьорския бизнес;
- Да притежават капацитета да координират работата на отделни служители/отдели/звена в хотелиерското и/или ресторантьорско предприятие;
- Да подбират и използват подходящите методи за осъществяване на количествен и качествен анализ и да притежават капацитета за прилагане на съвременните методи за събиране и обработка на данни за нуждите на конкретния бизнес и публичните институции в сферата на туризма;
- Да са в състояние да предлагат и подбират подходящи идеи за разработването на нови туристически продукти и/или отделни нови услуги и производствени технологии в сферата на хотелиерството и ресторантьорството.

- 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 подбира подходящите хора по отношение на притежаваната квалификация, личностни качества, знания, умения и компетенции и да сформира и организира екипи от хора за решаването на възникнали проблеми и/или възложени проекти в рамките на организацията;

4. ПРОФЕСИОНАЛНОТО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ НА СПЕЦИАЛИСТА

След завършването на обучението си по магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“, в професионално направление 3.9 Туризм, завършилите притежават теоретични и практически знания и умения, 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;
- държавната администрация и браншовите структури и други.

5. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите магистърска програма „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“ получават специализирана подготовка, позволяваща им да работят по Азбучника на Националния класификатор на длъжностите и професиите (2022 и 2023 г.) като:

1120 / 7014 Заместник-директор, предприятие; 1120 / 7015 Заместник-ръководител, кооперативно предприятие; 1120 / 7016 Заместник-председател, управителен съвет / съвет на директорите, търговско дружество; 1120 / 7017 Заместник-изпълнителен директор; 1120 / 7018 Председател, управителен съвет / съвет на директорите/ на търговско дружество; 1120 / 7019 Председател, Надзорен съвет в търговско дружество; 1120 / 7020 Член, съвет на директорите; 1120 / 7021 Член, управителен съвет; 1120 / 7022 Прокурист /търговски управител/; 1120 / 7023 Управител; 1213 / 5046 Ръководител проект; 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 (кейtring); 1412 / 3009 Ръководител, отдел в ресторант; 1412 / 3010 Гостилничар; 1412 / 3011 Съдържател, ресторант; 1431 / 3015 Управител, отид; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 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; 1439 / 5012 Ръководител, база; 1439 / 3014 Хижар; 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 / 5040 Младши експерт; 2422 / 6041 Главен експерт; 2422 / 6046 Старши експерт; 2422 / 6084 Експерт, стопанско управление; 2422 / 5089 Изследовател; 2431 / 6001 Анализатор, проучване на пазари; 2431 / 6002 Експерт, маркетинг; 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 "Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт" е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на ОКС "Магистър", "Бакалавър", "Специалист" и с Правилниците на ЮЗУ "Неофит Рилски".

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН
ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.9. ТУРИЗЪМ
СПЕЦИАЛНОСТ: ТУРИЗЪМ
ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР
МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: ХОТЕЛИЕРСКИ И РЕСТОРАНТЪОРСКИ МЕНИДЖМЪНТ
ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО ХОТЕЛИЕРСКИ И РЕСТОРАНТЪОРСКИ
МЕНИДЖМЪНТ
ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Туроператорска и агентска дейност 2. Конюнктура в туристическата индустрия 3. Туризм на балкански регион 4. Системи за качество в туризма 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0	1. Конкуренция и конкурентоспособност на туристическия продукт 2. Рекреационен туризм 3. Консервационна природозащита 4. Избираема дисциплина 5. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 6.0
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)	
1. Фестивален туризм 2. Пиар в туризма 3. Екскурзоводска дейност и туристическа анимация 4. Туристическа инфраструктура 5. Маршрути за културен туризм	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0	1. Международни туристически организации и партньорства 2. Дигитален маркетинг 3. Религиозен туризм 4. Познавателен туризм 5. Етноложки туризм 6. Винен туризм	6.0 6.0 6.0 6.0 6.0 6.0
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Обслужване и операционен мениджмънт в гостоприемството 2. Управление на човешките ресурси и организационно поведение 3. Предприемачество в гостоприемството 4. Управление на маркетинга в туризма 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. Управление на приходите в гостоприемството 2. Хотелиерски и ресторантьорски вериги 3. Дигитална дистрибуция в хотелиерството 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. Брандинг в хотелиерството 2. Управление на събития в хотели 3. Кетъринг 4. Сомелиерство 5. Управление на луксозни хотели 6. Хотелска анимация	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. Разработване на тематичен продукт в хотелиерството и ресторантьорството (разработване на практически проект) 2. Франчайзинг в гостоприемството 3. Приложни маркетингови проучвания (разработване на практически проект) 4. Корпоративна култура	4.0 4.0 4.0 4.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 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: Туризм

Магистърска програма: Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт

ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Лектор: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към изследване състоянието на туристическата индустрия, същността на туроператорския продукт и туристическата дестинация, дистрибуцията на продукта и транспортната дейност. Актуалността на проблематиката се определя от ключовото значение на дейността на туроператорските фирми на вътрешните и международния туристически пазари и трансформациите, които тя търпи в он-лайн пространството. Лекционният курс проследява теоретичните постановки, необходими за изясняване спецификата на туроператорската дейност и нейното практическо проявление. Специално внимание е отделено на присъщите ѝ пазарни особености и проявления. Целта на дисциплината е да запознае студентите с необходимите знания за организирането на туристически пътувания, за планиране предлагането на туристическите дестинации, както и за правното регламентиране на дейността на туристическите агенции. С оглед на нея са изведени и конкретни задачи, насочени към: Усвояване на знания за възникването и развитието на туроператорската и агентска дейност; Усвояване на знания за провеждане на проучвания и анализи; Усвояване на знания и придобиване на умения за разработване на туристически програми и договаряне на елементи на туристическия пакет.

Съдържание на учебната дисциплина:

Състояние и развитие на туристическата индустрия. Състояние и развитие на международния туристически пазар. Тенденции в развитието на българската туристическа индустрия. Структура на туроператорската дейност. Структура на туристическата агентска дейност. Маркетинг и операционализиране на туроператорската дейност. Детерминиране параметрите и характеристиките на пазара на туроператорска дейност. Структура на продукта на туроператорската фирма. Подготовка на

брошура. Проучване на туристическа дестинация и формиране на туристически пакет. Подготовка на продуктовия микс. Реализация и дистрибуция на продукта. Дистрибуционни канали. Търговски структури в туризма. Варианти на доставка и продажба на туристически пакети. ОТА – новите лидери на туристическия пазар. Контакт с потребителите. Осигуряване на транспортното обслужване по туристически програми и пакети за групови и индивидуални туристи при: - Сухопътен транспорт; - Воден транспорт; - Въздушен транспорт; - Специализиран транспорт; Услуги, съпътстващи организирането и провеждането на туристическо пътуване. Разработване на идеен проект за туристическа агенция. Разработване на туристическа програма. Разработване на туристическа брошура.

Технология на обучението и оценяване:

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

КОНЮНКТУРА В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: д-р Ивайло Иванов

Анотация:

Курсът е предназначен като специализирана информация за спецификата на конюнктурните изследвания и прогнози в туристическата индустрия в международен и национален аспект. Целта е студентите: (i) да придобият знания за мястото и ролята на конюнктурните изследвания и прогнози в международния туризъм; (ii) да осмислят функциите на конюнктурните проучвания в международния туризъм; (iii) да познават конюнктурните прогнози и анализи като инструмент на управлението на производството в туристическата индустрия; (iv) да могат да прилагат методиката на конюнктурните изследвания и прогнози в международния туризъм; (v) да са запознати със специфичните трудности и слабости при съставянето на туристически конюнктурни прогнози. Целите и задачите е студентите да придобият базови знания и практически умения за конюнктурните изследвания и прогнози в туристическата индустрия.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ТУРИЗЪМ НА БАЛКАНСКИЯ РЕГИОН

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р Любомира Пинелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

СИСТЕМИ ЗА КАЧЕСТВО В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р София Мирчова

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към статуса на системите за качество и многообразието на връзки и отношения, присъщи на вътрешното съдържание на тези системи и взаимоотношенията им с други системи. Тя е важна част от подготовката на студентите от специалност “Туризъм”. Програмата включва дидактически обоснована система от понятия, категории, закони, принципи и концепции за управление на качеството, съставляващи комплекс от знания, които по своя предмет, методи и структура имат всички прерогативи на отделна научна дисциплина. Логиката на съвременното развитие на икономиката и опитът в обществената практика извеждат на преден план няколко основни теми. Те са включени в учебното съдържание на дисциплината като осем самостоятелни теми. В тях са намерили място научните знания за теоретико-методологическите проблеми на квалитологията, критериите и показателите за качеството, квалиметричната оценка, контролът и управлението на качеството на продукта. Целта на дисциплината е формирането на знания, на специални умения и навици за практическа дейност в областта на подобряването на качеството на туристическия продукт..

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ФЕСТИВАЛЕН ТУРИЗЪМ**ECTS кредити: 3****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 1****Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Илинка Терзийска**Анотация:**

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ПИАР В ТУРИЗМА**ECTS кредити: 3****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 1****Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р Любомира Пинелова**Анотация:**

Дисциплината е предназначена за студентите като специализирана информация за туристическото предлагане. Целта е студентите: (i) да придобият теоретически знания и практическа информация за същността и значението на връзките с обществеността при предлагането на туристически продукти и услуги; (ii) да познават особеностите свързани с процеса на комуникация и различните методи на ППР; (iii) да могат да анализират имиджа на дадено туристическо предприятие и позиционирането на туристическите продукти и особеностите на марката; (iv) да осмислят особеностите свързани с фазите на

Седмичен хорариум: 2л + 0су**Вид на изпита:** писмен**Седмичен хорариум: 2л + 0су****Вид на изпита:** писмен

жизнен цикъл и дизайн на туристическите продукти в контекста на ПР; (v) да овладеят съществени техники при провеждането на ПР кампании с цел изграждане на доверие към марката и привличане на интереса на потребителските аудитории. Целите и задачите е студентите да придобият ключови знания и практически умения по преподавания материал и най-вече възможностите за: въздействие върху потребителската оценка чрез ПР; изграждането на доверие, към туристическото предприятие, което от своя страна е предпоставка за успешна реализация; създаване на потребителска лоялност, както и създаване на обратна с цел повишаване на конкурентоспособността на туристическото предприятие.

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ЕКСКУРЗОВОДСКА ДЕЙНОСТ И ТУРИСТИЧЕСКА АНИМАЦИЯ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р Любомира Пинелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ТУРИСТИЧЕСКА ИНФРАСТРУКТУРА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Гергана Ангелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

МАРШРУТИ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Лектор: доц. д-р Илинка Терзийска

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

КОНКУРЕНЦИЯ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Конкуренция и конкурентоспособност. Критерии, показатели и методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическите дейности. Методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на туристическите дейности. Особености в анализа и оценката на конкурентоспособността на туристическите дейности за различните сектори на туризма и нейното обвързване с формирането на индивидуалната работна заплата. Критерии, показатели и методи за анализ

и оценка на конкурентоспособността на туристически обекти. Методика за анализ и оценка за конкурентоспособността на туристически обекти. Особенности в анализа и оценката на конкурентоспособността в различни сектори на туризма. Критерии и показатели и методи за анализ и оценка на конкурентоспособността на продукти, използвани в туризма. Методика за анализ и оценка на конкурентоспособността на продукти, използвани в туризма. Управление на конкурентоспособността на предприятия от туристическата индустрия. Политика на предприятия от туристическата индустрия за осигуряване на тяхната конкурентоспособност. Правен режим на конкуренцията.

Технология на обучението и оценяване:

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

РЕКРЕАЦИОНЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р Любомира Пинелова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и значение на рекреационния туризъм. Биоклиматология. Физични основи на медицинската климатология. Време и климат. Време и климатообразуващи фактори. Атмосферни процеси. Слънчева радиация. Физикогеографски условия. Физиологични основи на медицинската климатология. Методи за изучаване и оценка на климата и времето в курортите. Обща климатична характеристика на страната и нейното физиологично райониране. Влияние на метеорологичните фактори върху човешкия организъм. Антично действащ комплекс (слънчева радиация). Термично действащ комплекс. Аерохимично действащ комплекс. Аероелектро действащ комплекс. Влияние на различните климатогеографски зони върху физиологичните функции. Климатични особености на нашите планини и въздействието им върху човешкия организъм. Климатични зони неприсъщи за България. Използване на климата за лечебни и профилактични цели. Профилактични и лечебни процедури. Аеротерапия. Слънчеви бани. Организиране на рационална морепрофилактика в морските курорти. Същност на морепрофилактиката и организационното ѝ състояние. Някои биоклиматични изисквания на рационална морепрофилактика. Материално-техническа база на лечебния туризъм в курортните комплекси. Изисквания към съвременния балнеоклиматичен център. Лечебен плаж. Климатична база в планинските курорти. Профилактично оздравителна база в спортните комплекси. Морска балнеология. Химия на морската вода. Хидрохимични и физични особености на Черно море. Върху балнеологичните качества на морската вода, ползване на морепрофилактика и морелечение. Морско балнеолечение. Морски къпания. Топли морски бани. Газови топли морски бани. Алготерапия. Инхалации с морска вода. Пиене на морска вода. Луголечение. Пясъколечение. Калолечение. Физиологично действие на лечебната кал. Приложение на лечебната кал. Рапни бани. Балнеология и балнеолечение. Развитие на балнеологията и балнеолечението. Хидроложки основи на балнеологията. Същност и съставки на минералната вода. Теории за произхода на минералните води. Класификации на минералните води. Балнетехника на минералните води. Балнеолечението и неговата същност. Методи за използване на минералните води в България. Лечебни възможности на българските минерални води. Специализация на балнеологичните курорти. Екологичен

(учебно-познавателен туризъм). Същност на екологичния туризъм. Някои предпоставки за развитие на екологичния туризъм в Р. България. Територии за екологичен туризъм в България. Защитени територии. Други природни територии. Управление на въздействието на туризма върху природната среда, в това число зонирание на рекреационните територии, виждането на природосъобразни форми на туризъм, екопътеки и т.н. Същност и особености на организацията на селския туризъм. Исторически преглед на развитие на селския туризъм в Западноевропейските страни, членки ЕО. Еволюция на търсенето на селския туристически продукт. Модели на туристическо поведение, влияние върху развитието на селския туризъм. Същност на понятието селски туризъм. Особенности на организацията и управлението на селския туризъм. Ролята на различни субекти на управление в сферата на организацията и управлението на селския туризъм. Ролята на общинските администрации при организацията и управлението на селския туризъм. Планинските курорти в България- състояние, проблеми, концепции.

Технология на обучението и оценяване:

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

КОНСЕРВАЦИОННА ПРИРОДОЗАЩИТА

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Илинка Терзийска

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

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

МЕЖДУНАРОДНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПАРТНЬОРСТВА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Лектор: гл. ас. д-р София Мирчова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Динка Златева

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Дигитална трансформация на бизнеса. Изкуствен интелект и самообучаващите машини. Видове изкуствен интелект. Влияние на изкуствения интелект върху бизнес процесите. Потенциал и области на

въздействие на изкуствения интелект върху маркетинга. Тенденции в приложението на изкуствения интелект. Ползата от ИИ за бизнеса. ИИ като част от маркетинга. Въведение в дигиталния маркетинг. Масов маркетинг и маркетингови стратегии. Определяне на мрежата от клиенти и идентифициране на клиентите. Инструменти за комуникация 1 към 1. Дигитален маркетингов микс. Продуктова политика в дигиталния маркетинг. Ценова политика. Дистрибутивна политика. Дигитални маркетингови комуникации. Същност на дигиталните маркетингови стратегии. Алгоритъм на дигиталната маркетингова стратегия. Ситуационен анализ. Целеполагане. Мястото на маркетинговите цели във фирмените бизнес цели. Дефиниране на стратегия в дигиталния маркетинг. Стратегическо маркетингово планиране в дигитална среда. SWOT анализ на дигиталния маркетинг. Маркетинг обкръжаваща среда в дигитални условия. Продажбена фуния. Анализ на дигиталната маркетингова среда. Анализ на микро и макро дигиталната маркетинг среда. Управление на бранда и брендинг стратегии. Основни елементи на бранда. Подходи при управление на бранда. Комуникация на бранда. Управление на дигитална кампания. Маркетингово проучване и анализиране в дигитална среда. Таргетиране. Създаване на съдържание. Имейл маркетинг. SEO и платена реклама. Уеб дизайн. Потребителско преживяване. Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите. Дигитален маркетингов анализ. Измерване на резултатите. Оптимизация на търсачките в дигиталния маркетинг. Оптимизация на търсачките и платен дигитален маркетинг – предимства и недостатъци. Процес на оптимизация на страницата. Основни аспекти на SEO. Управление на платения дигитален маркетинг. Маркетинг на съдържанието. Социално споделяне. Избор на ключови думи. Управление на дигитална кампания. Изграждане на реклама и създаване на консистентност. Социалните мрежи като канал за предаване на рекламно съдържание. Създаване на ефективно дигитално преживяване. Подходи за създаване на ефективно потребителско преживяване. Планиране на дизайн и редизайн на уебсайт. Платформи за маркетинг на съдържанието. Потребителско поведение в дигитална среда. Същност на потребителското поведение в дигитална среда. eCRM. Създаване на потребителска ангажираност. Управление на жизнения цикъл на потребителя. Персонализирани продуктови предложения в дигиталния маркетинг. Таргетиран маркетинг. Ретаргетиране и представяне на впечатляващи реклами. Маркетинг в социалните медии. Процес на маркетинга в социалните мрежи. Създаване на собствено присъствие. Създаване на общности в социалните мрежи. Маркетинг комуникации във Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.

Технология на обучението и оценяване:

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

РЕЛИГИОЗЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Лектор: доц. д-р Теодора Кирякова-Динева

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

Световно културно-историческо наследство, свързано с религията. Възникване на религиозния туризъм. Особености на древните световни религии. Религията в средновековната европейско култура. Особености на свещените места на Християнството от Античността, Европейското средновековие и

европейския ренесанс. Особенности на светите места на Исляма. Особенности на свещените места на Индуизма и Будизма. Особенности на свещените места в България. Религиозни практики на предхристиянството в България. Манастирите в България. Манастири, поклонничество и съвременен религиозен туризъм. Притегателната сила на манастирите. Църковни празници и обичаи и тяхната роля за религиозния туризъм, свързан с православно християнство. Църковни празници и обичаи и тяхната роля за религиозния туризъм, свързан с други религии в България. Държавна политика и действаща нормативна уредба за културното наследство на обектите с религиозна културно-историческа стойност. Организация и управление на музейните институции в България с религиозна стойност. Светите обители – шедеври на архитектурата и изкуството.

Технология на обучението и оценяване:

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

ПОЗНАВАТЕЛЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Лектор: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ЕТНОЛОЖКИ ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Илинка Терзийска

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ВИНЕН ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 6

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Илинка Терзийска

Анотация:

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

Съдържание на учебната дисциплина:

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

Технология на обучението и оценяване:

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

ОБСЛУЖВАНЕ И ОПЕРАЦИОНЕН МЕНИДЖМЪНТ В ГОСТОПРИЕМСТВОТО

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: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

Този учебен курс има за цел да предостави на студентите знания и умения в областта на обслужването и операционния мениджмънт в гостоприемството. Курсът обхваща ключовите аспекти на клиентското обслужване, оперативното управление на ресторанти и хотели, както и развитието на качествени гостоприемни услуги. След успешно завършване на курса студентите ще бъдат способни да: Осъществяват ефективно клиентско обслужване, следвайки най-добрите практики. Прилагат техники за комуникация и решаване на конфликти с клиенти. Разработват и прилагат операционни стратегии за управление на гостоприемни дейности. Осъществяват планиране и контрол на процесите в ресторантската и хотелската индустрия. Анализират и оптимизират операциите за подобряване на качеството на услугите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основни принципи на клиентското обслужване в гостоприемството. Ефективна комуникация и междуличностни умения за обслужване. Решаване на конфликти и трудни ситуации с клиенти. Значимостта на операционния мениджмънт в гостоприемството. Планиране и организация на операциите в ресторанти и хотели. Управление на инвентара и доставките в гостоприемството. Управление на качеството на храната и напитките. Хигиена и безопасност в гостоприемството. Управление на човешките ресурси и екипите в ресторантьорската и хотелиерската индустрия. Маркетинг и реклама в гостоприемството: създаване на привлекателен бранд. Финансово управление и бюджетиране в ресторантската и хотелската индустрия. Технологии и иновации в гостоприемството. Устойчиво развитие и отговорна гостоприемница. Управление на гостоприемни услуги при специални събития и случаи. Проучване и анализ на успешни практики в обслужването и операционния мениджмънт в гостоприемството.

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 ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ И
ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ****ECTS кредити:** 5**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър:** 3**Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц. Д-р Гергана Ангелова**Анотация:**

Студентите се запознават със съвременните теории, практически подходи и инструменти за управление на човешките ресурси. В процеса на обучение те получават информация за развитието на теоретичната мисъл за човешкия капитал и механизмите за пълноценно управление на човешките ресурси, за съвременното управление на човешките ресурси със стойност. В центъра на вниманието са четирите основни управленски практики, насочени към текучеството на кадри, изпълнението, труда и комуникациите в организацията. Специален акцент се поставя върху въпросите, свързани с мотивацията и мобилността на човешките ресурси, подбора и задържането на таланти и организационното поведение. Студентите научават за ролята на мениджърския състав при разработване и прилагане на системите за управление на човешките ресурси, както и за същността на отдел „Човешки ресурси“ в организацията. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят управленските практики, свързани с този изключителен ресурс на всяка организация. Дисциплината е фундаментална и за първи път въвежда теорията за дейността и изискванията към персонала на туристическата организация. Не се изискват специфични предходни знания.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теорията за човешкия капитал и промяната в понятийния апарат. Същностни различия между „човешки ресурси“ и „персонал“; между „организация“, „фирма“ и „компания“. Разпознаваемост на туристическата организация и добри практики за управление на човешките ресурси в туризма и поддържане на изключително качество на предлаганите продукти и услуги. Структурни и съдържателни характеристики на организацията. Организационно поведение – компетентност, мотивация и удовлетвореност от труда. Съвременната практика „Управление на таланти“. Специфика на работата в екип. Сравнение на

понятията „група“ и „скип“. Работа в група и работа в скип. Организиране, провеждане, цели и ползи от тимбилдинга. Добри практики за тимбилдинг. Управление на човешките ресурси със стойност. Условия за генериране на стойност в туристическата организация. Необходимостта и ролята на специалистът по Човешки ресурси в организацията. Основни характеристики на заетите в туризма. Посоки на движение на хора в туристическата организация. Предпоставки за текучеството на персонала. Подбор на кадрите и откриване на таланти служители. Изграждане на компетентност и талант. Обучение и развитие на кадрите в туризма. Добри практики за обучение и развитие на новонаети служители в организацията. Идентифициране на таланти служители. Категории на служителите съгласно матрицата „Компетентност – Изпълнение“ (Laura Stack, 2010). Задържане на таланти служители. Развитие на теорията за изпълнението. Методики за оценка на работата. Основни стъпки за управление на изпълнението (D. Ulrich, W. Brockbank). Стандарти за работа – същност и видове. Необходимост от използване на стандарти за изпълнение. Значение на обратната връзка за изпълнението. Основни средства за получаване на обратна информация от служителите в организацията. Създаване на ефективна структура на труда. Модели за структуриране на труда. Фактори, влияещи върху избора на модел за структуриране на труда. Създаване на ефективно работещи длъжности. Условия за атрактивна длъжност. Техники за събиране на информация за справяне с работата на съответна длъжност в организацията. Техники за реструктуриране на работата. Реквизити на длъжностната характеристика. Подходи за управление на стреса. Форми и етапи за проявление на стреса. Най-честите причини за стрес на работното място. Същност и ефективност на комуникационния процес. Комуникационни модели на Шенън и Уивър и на Д. Берло. Принципи на бизнес комуникацията – The 7 C's. Организационна йерархия и комуникационни потоци в нея. Неформални комуникационни канали в организацията. Комуникационна стратегия – същност, специфика и връзка с бизнес стратегията на организацията. Писмени и устни форми на комуникация в управлението на човешките ресурси. Управление на организационния дизайн и социалната отговорност. Същност и специфика на интервюто. Видове интервю. Интервю с кандидати за работа. Интервю за оценка на работата на служител.

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.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ГОСТОПРИЕМСТВОТО

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

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 интересуващите се лица знания и умения за успешното стартиране и управление на туристически бизнес. Участниците ще се запознаят с ключовите аспекти на предприемаческата дейност в туризма и ще научат как да създадат иновативни продукти и услуги, които да отговарят на нуждите на съвременните туристи. Основната цел на курса е да развие предприемаческите умения на участниците и да ги подготви успешно да стартират и управляват свой собствен туристически бизнес. След завършването на курса, участниците трябва да бъдат способни да разработват иновативни и устойчиви туристически продукти, да провеждат пазарни анализи и да управляват различните аспекти на своя бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в предприемачеството в туризма: Ролята на предприемачите в туристическия сектор, възможности и предизвикателства. Генериране на идеи за бизнес: Техники за генериране на нови идеи за туристически продукти и услуги. Пазарен анализ и целева аудитория: Идентификация на целевата аудитория и провеждане на анализ на пазара. Бизнес планиране и стратегии: Създаване на бизнес план, определяне на стратегии за развитие и растеж. Финансово управление и бюджетиране: Основи на финансовото управление, бюджетиране и приходно-разходен анализ. Маркетинг и реклама: Развитие на маркетингови стратегии, дигитален маркетинг и реклама в туризма. Управление на качеството и обслужването на клиенти: Основи на обслужването на клиенти, управление на качеството и задоволството на клиентите. Иновации и креативност: Развитие на иновативни подходи и креативни решения в туристическия бизнес. Правни и регулаторни аспекти: Разбиране на правните и регулаторни

изисквания за туристическия бизнес. Устойчиво предприемачество: Интегриране на устойчиви практики и отговорност в бизнес модела. Финансиране на стартъп: Разглеждане на различни източници на финансиране за стартъпи в туризма. Управление на рискове: Идентификация и управление на потенциални рискове за бизнеса. Туристически трендове и прогнозиране: Разглеждане на текущи тенденции и техники за прогнозиране на развитието на туристическия сектор. Етика и корпоративна отговорност: Разглеждане на етичните въпроси и отговорността на предприемачите в туризма. Презентация на бизнес и питчинг: Техники за ефективна презентация на бизнес и привличане на инвеститори.

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.

УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМА

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: доц. д-р Теодора Кирякова

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината 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 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.

БРАНДИНГ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО

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: доц. д-р Гергана Ангелова

Анотация:

Дисциплината разглежда основният набор от мероприятия и водещи принципи, необходими за изграждането на успешен и устойчив хотелски бранд. Дискутират се голям брой добри практики както на големи световноизвестни хотелски вериги, така и на по-малки, но уникални по своя характер места, успели да се идентифицират по атрактивен и неповторим начин. Освен на ниво хотел, брендингът се изучава и на ниво ресторант, туроператор и турагент, транспортна фирма и онлайн посредник като основни партньори и дистрибутори на туристически услуги като цяло. Инструментите за успешен брендинг на туристическо предприятие се представят през призмата на разпознаваеми хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски и електронни брандове. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с теоретичната рамка за хотелския брендинг, методологическата рамка за изследване на неговата ефективност, съществуващите брендинг модели, стъпките и заинтересованите страни при изграждане на устойчив хотелски бранд.

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 бранд. Характеристики и символи на хотелския бранд. Етапи на представяне на хотелския бранд. „Емоциониране“ и „позициониране“ на хотелския бранд. Мотиви за предприемане на покупка. Конкурентни предимства на хотелския бранд. Бранд мениджмънт. Брендинг стратегия на хотелиерските предприятия. Фактори, определящи потребителския избор на хотелския бранд – външни, културни, психологически, социопсихологически, личностни характеристики. Етапи на изграждане на хотелския бранд – оценка и одит, анализ и предимства, поддръждане и групиране, изразяване, прилагане, възприемане и нагласи, действия и последствия. Показатели и модели за анализ и оценка на хотелския бранд. Показатели за възприемане, 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 хотелските 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 бранд. Оценка на ефективността на електронния бранд. Брендинг стратегия на хотелска верига Four Seasons. Уникални черти на бранда. Брендинг стратегия на хотелска верига Kempinski. Уникални черти на бранда.

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 СЪБИТИЯ В ХОТЕЛИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Гергана Ангелова

Анотация:

Студентите, изучаващи дисциплината се запознават със технологията на организиране на събития в хотели за нуждите на туризма. Дисциплината разкрива технологията на организиране и менажиране на подобен род събития. Запознава студентите със маркетинга, правните аспекти, технологията, финансирането, бюджетирането, както и с тенденциите при планирането на събития в хотели. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания по преподаваната материя, която включва организиране на събития в хотели и тяхното влияние върху туризма, значението на планиране на местоположението на конференцията, както и осигуряване на качеството за удовлетвореност на гостите на събитието.

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Съдържание на учебната дисциплина:

Какво представлява секторът за конференции и събития? Сектори и услуги на хотелиерската индустрия. Планиране на събития срещу управление на събития. Индустрия за планиране на събития: История и пазарни проучвания. Индустрия за планиране на събития: Тенденции и растеж. Осигуряване на качеството при планирането на събития и конференции. Планиране на местоположението на конференцията: Удобства и проверка. Планиране и резервиране на развлечения за събития и конференции. Ролята на конгресните и посетителските бюра в планирането на събития. Правни въпроси при планирането на събития. Кетъринг и банкетни услуги на конференции и събития. Обслужване на банкети: Стандарти, видове и дефиниция. Кетъринг за банкети: управление и тенденции. Наддаване и предложения за конференции в хотели. Значението на тиймбилдинга в хотелиерската индустрия.

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.

КЕТЪРИНГ**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 Любомира Пинелова**Анотация:**

Кетърингът е значим сектор в индустрията на гостоприемството, който предоставя разнообразни професионални възможности. Заведения за хранене, фирми за събитийно планиране, хотелски вериги и дори частни предприемачи имат нужда от специалисти с познания в кетъринга. Учебният курс има за цел да запознае студентите с основните аспекти на организацията и управлението на кетъринг събития. Курсът обхваща планирането, изпълнението и координацията на кетъринг услуги, както и уменията за обслужване на клиенти и мениджмънта на екипи. Изучаването на дисциплината не само предоставя специализирани знания и умения, но и разширява хоризонтите на студентите, като ги подготвя за успешни кариери в динамичната индустрия на гостоприемството и събитийното планиране.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в кетъринга: основни понятия и типове събития. Планиране и дизайн на кетъринг събития: тематика, декорации, меню. Логистика и управление на ресурси в кетъринга. Мениджмънт на клиентски отношения в кетъринга. Мениджмънт на персонала в кетъринг бизнеса. Техники за подбор на доставчици и сътрудници. Финансово управление и бюджетиране на кетъринг събития. Правни и регулаторни аспекти на кетъринг услугите. Темпоралност и координация на кетъринг събития. Тенденции в съвременния кетъринг бизнес. Кетъринг за корпоративни събития и семинари. Сватбени кетъринг услуги: организация и изпълнение. Иновации в дизайна на събитията и кетъринга. Кетъринг за културни и мултинационални събития. Технологични иновации в кетъринга.

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.

СОМЕЛИЕРСТВО**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: доц. д-р Илинка Терзийска**Анотация:**

Курсът цели да предостави на студентите знания и умения в областта на вината и напитките, които ще ги подготвят за професионална кариера като сомелиери. Програмата включва теоретични и практически аспекти на селекция, сервиране и оценка на вина и други алкохолни напитки. Целта на дисциплината е да запознае студентите с основните аспекти на сомелиерството, да ги научи как да разпознават, оценяват и подбират вина и напитки според различни критерии и да развие тяхната способност за ефективно комуникиране с клиенти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в сомелиерството и история на виното. Основни видове гроздови сортове и региони за винопроизводство. Техники за дегустация и оценка на вино. Съчетаване на храна и вино: основни принципи. Сервиране и отваряне на вино: практически аспекти. Шампанското и други искрящи вина. Десертни вина и десертни комбинации. Вина от Новия свят срещу Вина от Стария свят. Вино и здраве: факти и митове. Селекция и закупуване на вина за ресторантски винен лист. Специални вина и редки напитки. Винени дестилати: уиски, коняк, текила и други. Винени дефекти и как да ги разпознаем. Етикети и правила на поведение при консумация на вино. Ролята на сомелиера в ресторантьорската индустрия и професионални съвети

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 ЛУКСОЗНИ ХОТЕЛИ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Лектор: проф. д-р Мария Станкова

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с луксозното хотелиерство или предлагането на услуги във високо-категорийни хотели. Акцентът обаче е поставен върху управленските аспекти на организацията на работа на бутикови хотели, резиденции и др. и обслужването на туристите, така че да отговори на очакванията на специфичния потребителски профил на туристите, посещаващи ги. Специален акцент е поставен върху качеството и сигурността, тяхното осигуряване и управление. Преподаването ѝ е свързано с усвояване на теоретични знания и практически умения, за да предостави на студентите необходимата база за разбиране и управление на обекти, предоставящи високо специализирано и персонализирано обслужване, каквито са луксозните хотели, успоредно с разбирането за различните потребителски сегменти. Целта на дисциплината е ориентирана към подготовка на обучаващите се студенти за работа в специфичния сектор на луксозните хотели. Преподаваният материал е интердисциплинарен с практическа насоченост. Включва знания, умения и способности за инициране и ръководене на успешни луксозни маркетингови стратегии – силно търсени от туристически компании от висок клас и премиум марки.

Съдържание на учебната дисциплина:

Светът на хотелиерския мениджмънт в луксозното хотелиерство. Маркетинг на луксозното хотелиерство. Осигуряване на качеството в луксозното хотелиерство. Организационно поведение в луксозното хотелиерство. Стратегия за международна експанзия. Преговори. Бизнес игра. Управление на проекти и събития. Потребителско търсене и потребителски сегменти. Управление на персонала. Управление на сигурността.

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.

ХОТЕЛСКА АНИМАЦИЯ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Семестър: 3**Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р Любомира Пинелова**Анотация:**

Ефективната организация и провеждане на разнообразни забавления и анимационни активности в хотели и курорти е от съществено значение за удовлетворението на гостите и оптималното функциониране на туристическите обекти. Студентите, които изучават тази дисциплина, развиват умения за създаване на забавни и интересни програми, умения за комуникация с гостите и способност да предоставят незабравими туристически преживявания. Това подготвя студентите за успешна кариера в сферата на туризма и гостоприемството, като им осигурява конкурентно предимство на пазара на труда. Целта на курса е да развие у студентите умения и компетенции, необходими за успешната организация и провеждане на анимационни активности в сферата на туризма и гостоприемството. Курсът цели да подготви студентите за професионално взаимодействие с гостите и да им осигури практически знания за създаване на забавни и обогатяващи преживявания.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в хотелската анимация: Значение, история и влияние върху гостоприемството. Психология на гостите: Разбиране на различните предпочитания и интереси на гостите. Планиране на анимационни програми: Създаване на разнообразни програми за различни аудитории. Тиймбилдинг и екипни забавления: Организиране на дейности за подобряване на взаимодействието в екипите. Креативни занимания и ръчни умения: Арт и ръчни работи за участниците. Спорт и рекреация: Организиране на спортни състезания, игри и фитнес дейности. Вечерни представления и шоуа: Планиране и изпълнение на забавни вечери и шоуа. Комуникационни умения и взаимодействие с гостите. Тематични събития и празници: Организиране на специални събития и тематични партита. Техническо оборудване и технологии: Използване на технически ресурси за забавления. Управление на ресурси и бюджет: Планиране и контрол на материални и финансови ресурси. Етика и професионално поведение: Взаимодействие с гостите и сътрудниците. Устойчивост и обществена отговорност: Интегриране на екологични и социални аспекти. Оценка на ефективността на анимационните програми. Лично развитие и творчески подход: Развиване на уменията и идеите за иновации.

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 ПРИХОДИТЕ В ГОСТОПРИЕМСТВОТО**ECTS кредити: 4****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 4****Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Гергана Ангелова**Анотация:**

Студентите се запознават със съвременните теории, практически подходи и инструменти за управление на приходите в сферата на гостоприемството. В процеса на обучение те получават информация за развитието на теоретичната мисъл за управлението на приходите в организацията, маркетинговия микс, диференцираното ценообразуване и връзката между качество, обслужване и цена. Специален акцент се поставя върху въпросите, свързани с ръководните принципи на управление на приходите и оптимизиране на приходите в гостоприемството. Студентите научават за ролята на мениджърския състав при управлението на приходите в организацията и значението на правните и етични аспекти в това управление. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят управленските практики, свързани с източниците на приходи в гостоприемството. Дискутира се спецификата на управление на приходите в двете основни сфери – хотелиерство и ресторантьорство. Дисциплината добавя стойност за студентите, запознавайки ги и със специализираните практически приложения на управлението на приходи в организациите от обслужващия сектор.

Съдържание на учебната дисциплина:**Седмичен хорариум: 4л + 0су****Вид на изпита:** писмен

Въведение в управление на приходите. Цел на бизнеса и управлението на приходи. Стратегическо ценообразуване. Значението на цената в маркетинговия микс. Ролята на търсенето и предлагането в ценообразуването. Стратегическо ценообразуване. Стойност – ролята на стойността в ценообразуването; връзка между качество, обслужване и цена. Диференцирано ценообразуване. 10 принципа за управление на приходите. Оптимизиране на приходите. Правни и етични аспекти на управлението на приходи. Ролята на мениджъра в управлението на приходи. Прогнозиране на търсенето. Стратегически, текущи и бъдещи данни. Инвентар и управление на цените. Маркетингов микс. Управление на инвентара. Характеристика на стаите за оптимално управление на инвентара. Класификация на гостите по пазарен сегмент. Свърхзаемостта като стратегия за управление на инвентара. Управление на цените. Ограничения на престоя. Принципи на инвентаризация. Управление на дистрибуционните канали. Неелектронни и електронни дистрибуционни канали. Принципи на управление на дистрибуционните канали. Оценка на управлението на приходи в местата за настаняване. STAR отчети. Анализ на конкурентните предимства. Анализ на пазарния дял. Допълнителни оценки. Управление на приходите в сектора „Храна и напитки“. Традиционни методи на ценообразуване. Прилагане на диференцирано ценообразуване. Фактори, влияещи върху възприемането на стойността в сектора „Храна и напитки“. Оценка на управлението на приходите в сектора „Храна и напитки“. Анализ на приходите. Преглед на източниците на приходи. Измерване на промяната в приходите. Оценка на ефективността на приходите. Специализирани приложения на управлението на приходи. Характеристика на организациите, прилагащи управление на приходите. Индустрии в сферата на обслужването, прилагащи стратегии за оптимизиране на приходите. Специализирано управление на приходите. Управление на приходите и маркетинг на дестинацията. Изграждане на по-добър бизнес. Бизнес въпроси в слабите, средноразвитите и силните пазари.

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.

ХОТЕЛИЕРСКИ И РЕСТОРАНТЪОРСКИ ВЕРИГИ

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:

Изучаването на дисциплината е изключително важно за студентите, които имат интерес към индустрията на гостоприемството и искат да работят в областта на хотелиерството, ресторантьорството или управлението на вериги от тези обекти. Дисциплината не само предоставя теоретични знания, но и приложни умения, които са от съществено значение за успешната кариера в гостоприемството. Тази дисциплина подготвя студентите да се справят с предизвикателствата и възможностите на динамичната индустрия и да допринесат за нейното развитие. Този учебен курс предоставя обширни познания за хотелиерските и ресторантьорските вериги, техните бизнес модели, управленски стратегии и операционни аспекти. Курсът ще разгледа ключови теми като създаване и развитие на вериги, маркетинг, операционно управление и тенденции в индустрията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Бизнес модели на вериги: хотели и ресторанти. Създаване и разширение на вериги: стратегии и стъпки. Маркетинг и брандинг в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Операционно управление и стандартизация във веригите. Управление на качеството и клиентското обслужване в рамките на верига. Управление на персонала и обучение в веригите. Финансово управление и бюджетиране за вериги. Устойчиво развитие и отговорност в хотелиерството и ресторантьорството. Глобални тенденции и предизвикателства в индустрията на гостоприемството. Технологични иновации и дигитализация в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Управление на кризи и рискове във веригите. Управление на енергията и ресурсите в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Примери за успешни инициативи за устойчиво развитие. Бъдещето на хотелиерските и ресторантьорските вериги: Тенденции и 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.

ДИГИТАЛНА ДИСТРИБУЦИЯ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: д-р Ивайло Иванов

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на дигиталните инструменти и интернет дистрибуционни системи за сферата на гостоприемството. По време на семинарните упражнения се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при създаване на рекламни материали, оферти, продукти като проектът на всеки се подлага на критичен анализ и от неговите колеги. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Предвижда се всеки един студент да разработи курсов проект/задача по предварително зададена тема. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания и умения за организация и управление на процесите, при развитие на туристическата дейност в ерата на дигитализацията и при изследването на явленията и процесите в дигиталния маркетинг и дистрибуция в гостоприемството. От студентите се изисква отговорност и активност по време на занятията и в извънаудиторната заетост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Четвъртата дигитална революция, в контекста на дигиталната и поведенческата икономика. Модели за електронен бизнес в туризма. Канали за дистрибуция в гостоприемството: един канал, мултиканали или омниканална дистрибуция. Управление на електронна верига за доставки в туристически дестинации. Въздействие на изкуствения интелект, добавената и виртуалната реалност, геймификацията и роботиката върху сферите на пътуванията, туризма и гостоприемството. Интернет на нещата и повсеместни изчисления в сферата на туризма. Дигитализация на обектите за настаняване. Дигиталната еволюцията на системите за онлайн резервации. Локални, регионални и глобални резервационни системи в туризма. Self Check-in/ Self Check-out. Цифрови екосистеми, комплексност и туристически мрежи. Мобилни приложения и социални мрежи. 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. Онлайн канали за дистрибуция и управление. Приложения на изкуствения интелект и компютърните езици, при взиманията на решение в туристическото предлагане. Етична рамка за устойчиво общество в ерата на дигитализацията и изкуствения интелект: възможности, рискове, принципи и препоръки. Киберсигурността в сферите на гостоприемството и туризма: подход, основан на риска.

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.

РАЗРАБОТВАНЕ НА ТЕМАТИЧЕН ПРОДУКТ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО И РЕСТОРАНТЬОРСТВОТО (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: доц. д-р Илинка Терзийска

Анотация:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Дисциплината има силен практически фокус и акцентира върху създаването на тематични продукти в сферата на хотелиерството и ресторантьорството. Цели да развие разбиране на основните стъпки при планиране и маркетинг на специфичен вид продукти. Целта на дисциплината е да се придобият умения за създаване на тематичен продукт в хотелиерството и ресторантьорството.

Съдържание на учебната дисциплина:

Процесът на създаване на нов продукт. Четирите Р в туристическия маркетинг. Тематични продукти в хотелиерството – видове, добри практики. Генериране на идея. Планиране и разработване на компонентите на маркетинговия микс за тематичен продукт в хотелиерството и ресторантьорството. Мониторинг на туристическата удовлетвореност след въвеждането на нов тематичен продукт.

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.

ФРАНЧАЙЗИНГ В ГОСТОПРИЕМСТВОТО

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р Любомира Пинелова

Анотация:

Курсът насочва вниманието на студентите към концепцията на франчайзинга в гостоприемството и неговото приложение в ресторантьорската и хотелиерската индустрия. Курсът обхваща основните аспекти на франчайзинга, от създаването и развитието на франчайз марки до управлението и устойчивото развитие на франчайзингов бизнес. Целите на курса са: Да предостави на студентите знания за същността и предимствата на франчайзинга в гостоприемството. Да ги запознае с основните етапи на разработка и управление на франчайз марки. Да развие технически и стратегически умения за успешно включване в франчайзинговата индустрия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в франчайзинга: дефиниция, история и модели. Предимства и рискове на франчайзинга в гостоприемството. Етапи на създаване на франчайз марка: от идеята до реализацията. Създаване на франчайзингов бизнес план. Управление и организация на франчайз мрежата. Маркетинг и реклама във франчайзинга. Обучение и подготовка на франчайз партньори. Финансиране и инвестиции във франчайзинга. Правни и юридически аспекти на франчайзинга. Управление на качеството и стандартизация във франчайзинговата система. Международен франчайзинг: глобални предизвикателства. Иновации и адаптация във франчайзинга. Устойчиво развитие на франчайз марката. Тенденции и бъдещи перспективи във франчайзинга. Проучване и анализ на успешни франчайз марки в гостоприемството.

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.

КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА**ECTS кредити: 4****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 4****Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Лектор: гл. ас. д-р 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. Предвижда се всеки един студент да разработи курсов проект/задача по предварително зададена тема. 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.