

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛЬТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАФЕДРА „ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА“

Принята на зас. ФС (Прот. № 12/ 29.04.2024 г.)
Принята на зас. Кафедры (Прот. № 8/ 16.04.2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ:
Декан:
(доц. Д-р Д. Добрев)

У Ч Е Б Н А Я П Р О Г Р А М М А

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: „ТУРИСТСКИЙ РЫНОК“;
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ: „Международный туризм“; ОКС „бакалавр“
КУРС ОБУЧЕНИЯ: 3; СЕМЕСТР: 5;
ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАГРУЗКА: 240 ч.; в т.ч. аудиторная 75 ч.
ЗАЧЕТНЫЕ ЕДИНИЦЫ (КРЕДИТЫ): 8

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ ЗАНЯТИЙ СОГЛАСНО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ

<i>ВИД УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ</i>	<i>ВСЕГО ЧАСОВ</i>	<i>НЕДЕЛЬНАЯ НАГРУЗКА (часы)</i>
АУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ: т. ч. <ul style="list-style-type: none">• ЛЕКЦИИ• УПРАЖНЕНИЯ (семинарские занятия/ лабораторные упражнения)	45 30	3 2
ВНЕАУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ	165	-

Подготовили программу:

1.
(Проф. д-р Стоян Маринов)
2.
(Гл. ас. д-р Златка Тодорова)

Заведующий кафедрой:
(Доц. д-р Георгина Луканова)

I. АННОТАЦИЯ

Дисциплина „*Туристский рынок*” является базовой и профилирующей. Она предоставляет знания о характере рыночных отношений в туризме, механизмах, определяющих их, и роли субъективного фактора в их регулировании. Формирует умения о выявлении сущности рыночных процессов, рыночных связей и поведения участников рынка. Обеспечивает знания о специфике туристических рынков, механизмах ценообразования туристических услуг, о выявлении и применении источников туристической рыночной информации, о разработке адекватных мероприятий рыночной политики в туризме.

Теоретические знания, полученные по дисциплине «*Туристский рынок*» и решение практических кейсов и заданий дают возможность учащимся приобрести ряд компетенций, наиболее значимыми из которых являются:

- цифровая компетенция - формирует знания и навыки работы с ERP-программами, создания презентаций, работа с электронными таблицами, возможность поиска и нахождения релевантной информации, работа с базами данных и т. д.;
- предпринимательская компетенция - формирует умение действовать в соответствии с благоприятными возможностями и идеями, а также для их трансформации в ценности для других людей;
- компетенция в области культурной осведомленности – предполагает приверженность понимать, развивать и выражать собственные идеи, а также чувство своего места или роли в обществе различными способами и в самых разных контекстах.

II. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

№. по порядку	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ И ПОДТЕМ	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ		
		Л	СЗ	ЛУ
1.	СУЩНОСТЬ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА	3	3	
2.	СУЩНОСТЬ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКОГО СПРОСА	4	3	
3.	ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО СПРОСА	3	2	
4.	СУЩНОСТЬ, ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ	4	3	
5.	ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ	3	2	
6.	ВИДЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЫНКОВ	3	2	
7.	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ	4	2	
8.	ВИДЫ ЦЕН НА ТУРИСТИЧЕСКИХ РЫНКАХ	3	2	
9.	ТУРИСТИЧЕСКАЯ РЫНОЧНАЯ КОНЪЮНКТУРА	3	2	
10.	ИССЛЕДОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЫНКОВ	4	3	
11.	РЫНОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И РЫНОЧНАЯ ПОЛИТИКА В ТУРИЗМЕ	3	2	
12.	ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БОЛЕЕ ВАЖНЫХ ЭМИТИВНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЫНКОВ	4	2	
13	ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ БОЛЕЕ ВАЖНЫХ РЕЦЕПТИВНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЫНКОВ	4	2	
	Итого:	45	30	

III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:

№. по порядку	ВИД И ФОРМА КОНТРОЛЯ	Количество часов	ВАЗ ч.
1.	Текущий (во время семестра) контроль		
1.1.	Курсовая работа по предварительно заданной теме 25 очков	1	40
1.2.	Решение кейсов 15 очков	1	25
1.3.	Презентация по предварительно заданной теме 10 очков	1	20
Всего часов для текущего контроля:		3	85
2.	Сессионный (во время сессии) контроль		
2.1.	Экзамен (тест) 50 очков	1	80
Всего часов для сессионного контроля:		1	80
Всего часов для всех форм контроля:		4	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ (ОСНОВНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:

1. Ракаджийска, Св., С. Маринов, Т. Дянков, Кр. Янчева. Туристически пазари. Наука и икономика – ИУ Варна, 2020
2. Морозов, М.А., Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В.Хорева. Экономика туризма: учебни / Федеральное агентство по туризму, 2014

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНАЯ (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:

1. Pearce, Philip (Editor), Antonia Correia (Editor). Tourism's New Markets: Drivers, Details and Directions (Advances in Tourism Marketing). Goodfellow Publishers. 2020
2. UN Tourism (UNWTO). Market Intelligence. <https://www.unwto.org/market-intelligence>
3. EC. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. https://ec.europa.eu/growth/index_en
4. Национален статистически институт. <http://www.nsi.bg/bg/content>