

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“

Приета от ФС (протокол № 12/29.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол № 8/16. 04. 2024 г.)

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „СОЦИЛАНА ПСИХОЛОГИЯ В ТУРИЗМА“

ЗА СПЕЦ: „Туризм; ОКС „бакалавър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4

СЕМЕСТЪР: 8

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 5

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	138

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Георгина Луканова)

2.
(гл. ас. д-р Христина Филипова)

Ръководител катедра:
„Икономика и организация на туризма“ (доц. д-р Георгина Луканова)

I. АНОТАЦИЯ

Социалната психология в туризма е задължителна профилираща дисциплина за бакалавърската степен. Тя намира широко приложение в сферата на услугите и в частност туризма и свободното време. Разглеждат се теми, свързани с еволюцията на социалната психология и настоящите тенденции, връзката ѝ със семиотиката, етапите за вземане на решение за покупка в областта на туризма, мотивите, факторите, които влияят, стратегиите, които трябва да се приложат. Специално внимание се отделя на въздействието на социалната психология върху маркетинговите комуникации в туризма, както и на културните и националните различия на туристите и техния специфичен профил. По време на семинарните занятия се разглеждат практически казуси и се разработва проект, свързан с прилагане на стратегии от областта на социалната психология, целящи създаване и адаптиране на туристически продукти за различни групи туристи.

Дисциплината е със силна практическа насоченост и в съчетание с други основни и специализирани предмети подготвя студентите за успешна реализация като управленски кадри в сферата на туризма на национално и международно ниво.

Теоретичните знания, придобити по време на изучаване на дисциплината „Социална психология в туризма “ и решаването на практически казуси и задачи помагат на студентите да придобият редица компетентности, най-значимите от които са:

- Личностна – формира умения за решаване на реално съществуващи проблеми, умения за планиране на задачи, умения за организиране на собствената работа, умения за справяне с конфликти, умения за разбиране и управление на взаимодействия и комуникация в различни социално културни контексти;*
- Гражданска- придобиват се умения, свързани с включване в социално значими дейности, умения за справяне с конфликти и разногласия в професионална, обществена и международна среда.*
- Компетентност за културна осведоменост и изява –развиват се умения за работа и адаптация в интеркултурна среда.*

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
Тема 1. Същност и еволюция на социалната психология	
1.1.	Дефиниране на термина „Социална психология“
1.2.	Историческо развитие на социалната психология
1.3.	Тенденции в развитието на социалната психология
1.4.	Връзката между социалната психология и семиотиката
Тема 2. Социална психология и потребителско поведение на туриста	

2.1.	Социално-психологически елементи в теоретичните модели на поведение на туриста
2.2.	Социално-психологически фактори, влияещи върху поведението на туриста
2.3.	Мотивация, нагласа, перцепция
Тема 3. Влиянието на културата върху потребителското поведение на туриста	
3.1.	Дефиниция на понятието „култура“
3.2.	Източници на културата
3.3.	Елементи на културата
3.4.	Модел на културна обусловеност
Тема 4. Социално-психологически особености при комуникации с туристи	
4.1.	Външно поведение на туриста
4.2.	Невербална комуникация
4.3.	Вербална комуникация
Тема 5. Социални-психологически стратегии при обслужване на туристи	
5.1.	Стратегии за убеждаване
5.2.	Социални умения и социална интелигентност
5.3.	Социално-психологически особености на интеркултурната комуникация
Тема 6. Влияние на социалната психология върху маркетинговите комуникации в туризма	
6.1.	Лого и реклама
6.2.	Лични продажби, нетуъркинг и ПР
6.3.	Бизнес преговори

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

Подготовката и провеждането на обучението по дисциплината „ Социална психология в туризма“, дистанционна форма, се осъществява чрез учебни ресурси и учебни дейности както следва:

- Лекционни теми в съответствие с учебната програма достъпни чрез платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна;
- Упражнения по съответната тема достъпни в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна;
- Допълнителни материали качени в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна;
- Решаване на казуси и разработване на курсов проект в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна.

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ²	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Казус	1	15
1.2.	Курсов проект	1	45
Общо за семестриалното оценяване:		2	60
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	78
Общо за сесийното оценяване:		1	78
Общо за всички форми на контрол:		3	138

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Социална психология в туризма“, качени в платформата за електронно и дистанционно обучение на ИУ – Варна.

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Христова, Т., Велева, М. (2011) *Социална психология в туризма*, Варна, Наука и икономика
2. Чалдини, Р.(2005). *Влиянието. Психология на убеждаването. София, Изток-Запад*
3. Aronson, E., Wilson, T. D., Sommers, S. R., Page-Gould, E., & Lewis, N., Jr. (2023). *Social Psychology (11th ed.)*. Hoboken, NJ: Pearson
4. Gursoy, D., Çelik, S. (2022). *Routledge Handbook of Social Psychology of Tourism*. London: Routledge
5. Usunier, J. Lee, J.(2012). *Marketing across cultures*, 6th ed.London: Prentice Hall

² При дисциплини, които завършват с текуща оценка се попълва само т. 1 Семестриално оценяване, съгласно чл.21, ал. 2 от Правилника за оценяване на знанията, уменията и компетентностите на студентите в Икономически университет – Варна.