

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А**  
**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“**

---

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

Приета от КС (протокол № 8/ 16.04.2024 г.)

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Декан:**

(доц. д-р Добрин Добрев)

**У Ч Е Б Н А   П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ТУРИЗМА“

ЗА СПЕЦ: „Международен туризъм“;

ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:		
т.ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	120	-

Изготвили програмата:

1. ....  
(проф. д-р Велина Казанджиева)

2. ....  
(ас. д-р Катина Попова)

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

## **I. АНОТАЦИЯ**

„Дигитализация в туризма” е избираема хибридна дисциплина за студентите от специалност „Туризм”. Тя конкретизира и разширява познанията в областта на приложението на информационните и комуникационните технологии в туризма. Целта на обучението е придобиване на специализирани знания и умения за организация и управление на процесите при развитие на туристически бизнес в дигитална среда. За успешната реализация на обучението по дисциплината студентите следва да притежават базови знания и умения по информационни и интернет технологии, икономика и управление на туристическото предприятие, хотелиерство и ресторантьорство и минимум два чужди езика. Особено полезни в тази връзка са входящите знания по дисциплините: информатика, теория на управлението, икономика на предприятието, въведение в туризма, туристически пазари, пътнически агенции и транспорт в туризма и чужди езици. Съдържанието на дисциплината формира знание и разбиране за: същността и особеностите на дигитализацията в туризма; приложението на дигитализацията в управлението на туристическите дейности и дестинации; управлението на отношенията с клиентите; значението на уебсайта за развитието на дигитален туристически бизнес. Придобитите знания по дисциплината формират умения за: разширяване на възможностите за реализация на туристически услуги в дигитална – електронна среда; използване на предимствата на технологиите и интернет за подобряване на туристическото обслужване; оптимизиране развитието и управлението на дигитален туризъм в туристическите предприятия.

Ключови компетентности, развивани в резултат на обучението по дисциплината са:

1. Цифрова – развива разбиране за принципите и логиката в основата на технологиите, способност за ползване на цифрово съдържание и управление на информация, ефективно ползване на софтуер и изкуствен интелект.
2. Личностна – формира умения за справяне в сложни ситуации и несигурна среда; придобиване на умения за учене; решаване на реално съществуващи проблеми, умения за планиране на задачи, умения за организиране на собствената работа.
3. Предприемаческа – планиране на иновативни проекти, оценка на силни и слаби страни, форми на организация на бизнеса, информирани решения, самостоятелна и екипна работа.

## **II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ**

№ по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
1.1.	Информационните технологии в съвременния туризъм			
1.2.	Същност и определение на дигитализацията в туризма			
1.3.	Видове и форми на дигитализация в туризма			
1.4.	Туризъм и технологичен прогрес			
<b>ТЕМА 2. ОСОБЕНОСТИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
2.1.	Предпоставки и фактори за дигитализация в туризма			
2.2.	Дефиниране и теоретични основи на дигиталния туризъм			

2.3.	Особености и съдържание на дигиталния туризъм			
2.4.	Етапи и еволюция на дигиталната туристическа система			
2.5.	Интелигентни (смарт) изменения в дигиталната туристическа система			
2.6.	Правни основи на дигитализацията в туризма			
<b>ТЕМА 3. ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕЙНОСТИ</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
3.1.	Дигитализация в хотелиерството			
3.2.	Дигитализация в дейността на пътническите агенции			
3.3.	Дигитализация в други туристически дейности			
<b>ТЕМА 4. ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
4.1.	Организации за управление на туристически дестинации			
4.2.	Интегрирани системи за дигитализация на управлението на дестинации			
4.3.	Дигитални дестинации			
<b>ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА ОТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИ ПРИ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
5.1.	Характеристика на системите			
5.2.	Класификация на системите			
5.3.	Профил на потребителите при дигиталния туризъм			
5.4.	Подходи за управление на отношенията с клиенти			
<b>ТЕМА 6. РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА УЕБСАЙТА ПРИ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
6.1.	Класификация и принципи на използване на уебсайта			
6.2.	Уебсайтът като маркетингов инструмент за дигитализация в туризма			
6.3.	Развитие и реклама на уебсайта			
<b>Общо:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	

### III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА <sup>1</sup>	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестриално оценяване</b>		
1.1.	Презентация по определена тема	<b>1</b>	<b>40</b>
1.2.	Задание – практически казус	<b>1</b>	<b>30</b>
<b>Общо за семестриалното оценяване:</b>		<b>2</b>	<b>70</b>
<b>2.</b>	<b>Сесийно оценяване</b>		
2.1.	Изпит - тест	<b>1</b>	<b>50</b>
<b>Общо за сесийното оценяване:</b>		<b>1</b>	<b>50</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>3</b>	<b>120</b>

<sup>1</sup> 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.

#### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

##### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Казанджиева, В. Концепция и възможности за развитие на е-туризъм. Варна: Наука и икономика, 2021.
2. Кашева, М., А. Абаджиев. Възможности за приложение на Интернет като маркетингов промоционален и комуникационен инструмент в туризма. Годишник на ИУ – Варна, 2009.
3. Краева, В. Електронен бизнес в туризма. СА – Свищов, 2008.

##### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Краева, В. Електронен бизнес в туризма. СА – Свищов, 2008.
2. Santos, J., Silva, Ó. Digital Marketing Strategies for Tourism, Hospitality, and Airline Industries. IGI Global, 2019.
3. Valeri, M. Tourism Innovation in the Digital Era – Big Data, AI and Technological Transformation. Emerald Publishing Limited, 2023.
4. Pronto, J., Carvalho, L., Belo, M., Gustavo, N. 2022 Optimizing Digital Solutions for Hyper-Personalization in Tourism and Hospitality. IGI Global, 2022.
5. Spyriadis, Th., Katsoni, V. Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era. Springer International Publishing, 2020.