

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛЬТЕТ „УПРАВЛЕНИЯ“
КАФЕДРА „ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ 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 Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А Я П Р О Г Р А М М А

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: „СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ В ТУРИЗМЕ“;
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ: „Международный туризм“; ОКС „бакалавр“
КУРС ОБУЧЕНИЯ: 4; СЕМЕСТР: 8;
ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАГРУЗКА: 150 ч.; в т.ч. аудиторная 60 ч.
ЗАЧЕТНЫЕ ЕДИНИЦЫ (КРЕДИТЫ): 5

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ ЗАНЯТИЙ СОГЛАСНО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ

<i>ВИД УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ</i>	<i>ВСЕГО ЧАСОВ</i>	<i>НЕДЕЛЬНАЯ НАГРУЗКА (часы)</i>
АУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарские занятия/ лабораторные упражнения)	30	2
ВНЕАУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ	90	-

Подготовили программу:

1.
(доц. д-р Георгина Луканова)
2.
(гл. ас. д-р Христина Филипова)

Заведующий кафедрой:
ЭОТ (доц. д-р Георгина Луканова)

I. АННОТАЦИЯ

Социальная психология в туризме является обязательной профильной дисциплиной бакалавриата. Широко используется в сфере услуг и, в частности, туризма и отдыха. Рассмотрены темы, связанные с эволюцией социальной психологии и современными тенденциями, ее связью с семиотикой, этапами принятия решения о покупке в сфере туризма, мотивациями, факторами влияния, стратегиями, которые необходимо реализовать. Особое внимание уделено влиянию социальной психологии на маркетинговые коммуникации в туризме, а также культурным и национальным различиям туристов и их специфическому профилю. В ходе семинаров рассматриваются практические кейсы и разрабатывается проект, связанный с применением стратегий из области социальной психологии, направленных на создание и адаптацию туристических продуктов для разных групп туристов.

Дисциплина имеет сильную практическую направленность и в сочетании с другими базовыми и специализированными предметами готовит студентов к успешной реализации в качестве управленческих кадров в сфере туризма на национальном и международном уровне.

Теоретические знания, полученные при изучении дисциплины «Социальная психология в туризме» и решении практических кейсов и задач, помогают студентам приобрести ряд компетенций, наиболее значимыми из которых являются:

- Личностная - формирует умения решения жизненных задач, умения планировать задачи, умения организовывать собственную работу, умения решать конфликты, умения понимать и управлять взаимодействиями и общением в различных социальных и культурных контекстах;

- Гражданская – приобретаются навыки, связанные с вовлечением в общественно значимую деятельность, умение справляться с конфликтами и разногласиями в профессиональной, общественной и международной среде.

- Компетенция культурного сознания и самовыражения – развиваются навыки работы и адаптации в межкультурной среде.

II. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

№. по порядку	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ И ПОДТЕМ	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Природа и эволюция социальной психологии.		6	4	
1.1.	Определение термина «социальная психология»			
1.2.	Историческое развитие социальной психологии			
1.3.	Тенденции развития социальной психологии			
1.4.	Связь между социальной психологией и семиотикой			
Тема 2. Социальная психология и потребительское поведение туриста		6	4	
2.1.	Социально-психологические элементы в теоретических моделях туристского поведения			
2.2.	Социально-психологические факторы, влияющие на поведение туриста			
2.3.	Мотивация, Отношение, Восприятие			
Тема 3. Влияние культуры на потребительское поведение туриста		6	6	
3.1.	Определение термина «культура»			
3.2.	Источники культуры			

3.3.	Элементы культуры			
3.4.	Модель культурной обусловленности			
Тема 4. Социально-психологические особенности в общении с туристами		4	6	
4.1.	Внешнее поведение туриста			
4.2.	Невербальная коммуникация			
4.3.	Вербальная коммуникация			
Тема 5. Социально-психологические стратегии в обслуживании туристов		4	4	
5.1.	Стратегии убеждения			
5.2.	Социальные навыки и социальный интеллект			
5.3.	Социально-психологические особенности межкультурной коммуникации			
Тема 6. Влияние социальной психологии на маркетинговые коммуникации в туризме		4	6	
6.1.	Логотип и реклама			
6.2.	Личные продажи, нетворкинг и PR			
6.3.	Деловые переговоры			
Итого:		30	30	

III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:

№. по порядку	ВИД И ФОРМА КОНТРОЛЯ	Количество часов	ВАЗ ч.
1.	Текущий (во время семестра) контроль		
1.1.	Кейс	1	20
1.2.	Курсовой проект	1	40
Всего часов для текущего контроля:		2	60
2.	Сессионный (во время сессии) контроль		
2.1.	Экзамен	1	30
Всего часов для сессионного контроля:		1	30
Всего часов для всех форм контроля:		3	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ (ОСНОВНАЯ) 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

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНАЯ (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:

1. Ради Р., Бъртън, К.(2009). *Невролингвистично програмиране*. София, Алекс Форт
2. Brewer, M. B., & Hewstone, M. (Eds.). (2003). *Applied Social Psychology*. London: Blackwell.