

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
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: „МЕНИДЖМЪНТ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА
ДЕСТИНАЦИЯ ”

ЗА СПЕЦ: „МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС“; ОКС „магистър“
– редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5 за СС и СНУ, 6 за ДНДО и СПН

СЕМЕСТЪР: 9 за СС и СНУ, 11 за ДНДО и СПН

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 8

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	(45)	(3)
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	(30)	(2)
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	(165)	-

Изготвили програмата:

1.
(Проф. д-р Стоян Маринов)

2.
(Гл. ас.д-р Красимира Янчева)

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

I. АНОТАЦИЯ

Туристическата дестинация е основен системообразуващ елемент на туризма. В нея се пресичат интересите на различни заинтересовани страни - туристи, туристически бизнес, публичен сектор и местно население. В условията на днешната интензивна конкуренция, успехът на отделната туристическа дестинация зависи все повече от прилагането на интегриран управленски подход за координирането и консултирането на различните участници за постигане на общи цели.

Дисциплината „Мениджмънт на туристическата дестинация“ представя цялостния процес на управление на дестинацията чрез разглеждане на основни управленски функции като – анализиране, планиране, организиране, координиране, мониторинг, оценка и контрол. Специален акцент се поставя върху важни предметни управленски дейности на равнище дестинация като: маркетинг, развитие на продукта, качество на посетителските преживявания, използване на новите информационни технологии, функциониране на организация за управление на туристическа дестинация (ОУТД).

При изучаването на дисциплината студентите получават знания за управлението на туристическата дестинация като система. Опознават субектите, функциите, обектите и механизмите на управление на туристическата дестинация.

Дисциплината формира умения за: анализиране на туристическа дестинация; разработване на стратегии и програми за развитие на туристическа дестинация; конструиране и управление на организация за управление на туристическа дестинация.

Изучаващите дисциплината получават нагласи и формират мотивация за вземане и реализиране на управленски решения за устойчиво развитие на туристическа дестинация.

Придобитите професионални компетентности са предпоставка за успешна професионална реализация в национални и регионални организации за управление на туристическа дестинация (ОУТД), в ТИЦ, в областта на консултирането в туризма и изследванията в туризма.

Ключовите компетентности, които студентите ще прилагат след завършване на курса на обучение по „Мениджмънт на туристическата дестинация“ са: цифрова компетентност; гражданска компетентност; предприемаческа компетентност и компетентност на културна осведоменост и изява.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема първа. Въведение в управлението на туристическата дестинация		4	2	
1.1.	Дефиниране на туристическата дестинация			
1.2.	Понятие за управление на дестинация			
1.3.	Необходимост от управление на дестинацията			
Тема втора. Анализиране на туристическата дестинация		5	3	
2.1.	Ситуационен анализ			
2.2.	Анализ на макросредата			
2.3.	Анализ на пазара на туристическата дестинация			
2.4.	Анализ на конкурентите - оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация			
3. Тема трета. Планиране на туристическата дестинация		5	3	
3.1.	Визия за туристическата дестинация			
3.2.	Целеполагане за туристическата дестинация			
3.3.	Стратегии за развитие на туристическата дестинация			
3.4.	Програма за реализиране на целите и стратегиите на дестинаци-			

	ята			
4. Тема четвърта. Маркетинг на туристическата дестинация		5	3	
4.1.	Сегментиране на пазара на туристическата дестинация			
4.2.	Маркетингов микс на туристическата дестинация			
4.3.	Продукти на туристическата дестинация			
4.4.	Системи за дистрибуция на туристическата дестинация			
4.5.	Ценообразуване на туристическата дестинация			
4.6.	Комуникации на туристическата дестинация			
5. Тема пета. Позициониране и брандинг на туристическата дестинация		4	3	
5.1.	Конкурентно позициониране на туристическата дестинация			
5.2.	Брандинг на туристическата дестинация			
6. Тема шеста. Развитие на продукта на туристическата дестинация		4	3	
6.1.	Продуктови стратегии			
6.2.	Управление на жизнения цикъл на продукта на туристическата дестинация			
6.3.	Продуктов портфейл и развитие на нов продукт на туристическата дестинация			
7. Тема седма. Управление на качеството на посетителските преживявания		5	3	
7.1.	Стандарти за качество			
7.2.	Развитие на кадрите в туристическото обслужване			
7.3.	Повишаване на гостоприемството на общността-домакин			
7.4.	Управление на посетителите на дестинацията			
7.5.	Роля на туристическите информационни центрове			
8. Тема осма. Новите информационни технологии и управлението на туристическата дестинация		4	3	
8.1.	Новият технологичен контекст на туристическия пазар			
8.2.	Модел на Е-Бизнеса на туристическата дестинация			
8.4.	Е-маркетинг и CRM на туристическата дестинация			
9. Тема девета. Организационни аспекти на управлението на туристическата дестинация		5	4	
9.1.	Функции и отговорности в управлението на туристическата дестинация			
9.2.	Координираща роля на Организацията за управление на туристическата дестинация (ОУТД)			
9.3.	Корпоративно управление на ОУТД			
9.4.	Разработване на стратегия и план на ОУТД за управление на туристическата дестинация			
9.5.	Бизнес-планиране и бюджетиране на ОУТД			
9.6.	Стандарти за управление на ОУТД			
9.7.	Мониторинг и оценка на управлението на туристическата дестинация			
10. Тема десета. Казуси по управление на туристическата дестинация		4	3	
10.1.	Крайбрежни и морски туристически дестинации			
10.2.	Планински туристически дестинации			
10.3.	Градски туристически дестинации			

10.4.	Селски туристически дестинации			
		Общо:	45	30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Разработване на казуси по предварително зададени теми	4	40
1.2.	Тест	1	40
1.3.	Курсов проект по предварително зададена тема	1	45
	Общо за семестриалното оценяване:	6	125
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	40
	Общо за сесийното оценяване:	1	40
	Общо за всички форми на контрол:	7	165

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Маринов, С. Мениджмънт на туристическа дестинация. Варна: изд. „Наука и икономика“, 2015
2. Маринов, С., В. Казанджиева, Т. Дянков и др. Конкурентоспособност на туристическа дестинация. Варна: ФИЛ, 2013.
3. Маринов и кол. Конкурентоспособност на община Варна като туристическа дестинация". Изд. "Наука и икономика" на ИУ-Варна, 2014

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Европейска комисия. СЪОБЩЕНИЕ НА КОМИСИЯТА. ЕВРОПА 2020. Стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. 3.03.2010. (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:BG:PDF>, 20.07.2023)
2. Маринов, С. Мениджмънт на туристическа дестинация. Варна, 2015
3. Маринов, М. и др. Стратегия за природосъобразен туризъм в Природен парк „Странджа“ 2014-2020 г. Варна: Изд. "Наука и икономика" на ИУ-Варна, 2015.
4. Маринов, С. и др. Конкурентоспособност на община Варна като туристическа дестинация. Варна: Изд. "Наука и икономика" на ИУ-Варна, 2014.
5. Милева, С. Иновационни стратегии и иновации в туризма (https://www.researchgate.net/publication/304303277_INOVACIONNI_STRATEGII_I_INOVACII_V_TURIZMA, 21.05.2023)

¹ 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.

6. Нешков, М., В. Казанджиева. Икономика и управление на туристическото предприятие. Варна: УИ „Наука и икономика”, 2009.
7. Програма за устойчиво развитие на туризма в община Варна 2021-2030. Варна” ФИЛ, 2021
8. Програма за устойчиво развитие на туризма в община Несебър, 2018-2024г. Варна: „Фил“ ООД, 2018
9. Caroll, A. Carroll’s pyramid of CSR: taking another look //International Journal of Corporate Social Responsibility volume 1, Article number: 3 (2016), pp. 317 – 332
10. Gebreegziabher, A. and S. Kumar. Assessing progress of tourism sustainability: Developing and validating sustainability indicators // Tourism management, vol. 71, 2019, pp. 67 – 83
11. European Commission. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. Entrepreneurship and Small and medium-sized enterprises (SMEs) (https://ec.europa.eu/growth/smes_en, 20.06.2023)
12. Leslie, David. Tourism Enterprise: Developments, Management and Sustainability. CABI, 2015.
13. MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM. (<http://www.kulturturizm.gov.tr/EN,113297/minister.html>, 17.01.2016 г.)
14. Ministry of Tourism. Republic of Croatia. (<http://www.mint.hr/default.aspx?id=8364>, 05.08.2023 г.)
15. Monitoring Sentiment for Domestic and Intra – European Travel. Wave one (2020), European Travel Commission, 2020
16. The European Commission. Virtual Tourism Observatory (VTO) (<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/>, 08.04.2024)
17. The Blackwell Encyclopedic Dictionary of Business Ethics. Edit by P. Werhane and R. Freeman. Edward Freeman, Blackwell, 1997
18. The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) (<https://www.gstcouncil.org/en/>, 08.04.2024)
19. UN TOURISM . The UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO) (<http://insto.unwto.org/>, 08.04.2024).
20. World Travel and Tourism Council. (www.wttc.org, 08.04.2024)