

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А**  
**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“**

---

Приета от ФС: протокол №12/29.04.2024 г.

Приета от КС: протокол №10/15.04.2024 г.

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Декан:**

(Доц. д-р Д. Добрев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ПРОЕКТИРАНЕ НА СЪБИТИЯ”;

ЗА СПЕЦ: „Международен бизнес (с преподаване на английски език)“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 5

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 60 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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	180	-

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

Основният фокус на програмата на дисциплината е върху концептуалните основи и специализираните знания за управление на видовете събития като културни, спортни, развлекателни, туристически и др.

Конкретните цели на дисциплината са свързани с придобиването на познания за:

- Същността и особеностите на видовете специални събития;
- Планирането на събитията;
- Технологията на проектиране на събития;
- Дизайн на събитията;
- Транспорт и логистика на събитията;
- Организация на реализацията на събития
- Маркетинг на събитията;
- Мониторинг и контрол на събитията;

След приключване на обучението по тази дисциплина студентите трябва да познават:

Ключовите характеристики на продукта на видовете събития, дейностите по планиране, проектиране, организация и контрол на събитията, както и тенденциите за тяхното развитие. Важен принос на курса е илюстриране на теорията чрез множество успешни практики, съвременни процеси и дейности от сферата на специалните събития, анимацията и свободното време.

Обучаваните ще придобият способност за разширяване на знанията и формиране на нови умения в областта на управлението на събитията в контекста на новите тенденции в развитието на събитийната логистика.

Лекционният курс е структуриран в четири части, както следва: в първата част се разглеждат същност, особености и структура на продукта на видовете събития, втората част е посветена на планирането, проектирането и дизайна на събитията; в третата част фокусът е върху особеностите на маркетинга на събитията и в четвъртата част акцентът е върху реализацията на събитията.

Ключовите компетентности, които студентите ще прилагат след завършване на курса на обучение по „Проектиране на събития“ са: личностна 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
<b>ТЕМА 1. ВЪВЕДЕНИЕ В МЕНИДЖМЪНТА НА СЪБИТИЯ</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	
1.1.	Същност на събитията и тяхната класификация			
1.2.	Същност и задачи на мениджмънта на събитията			
1.3.	Цели на мениджмънта на събитията			
<b>ТЕМА 2. ПЛАНИРАНЕ И ПРОЕКТИРАНЕ НА СЪБИТИЯТА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
2.1.	Характерни особености на видовете събития (корпоративни събития, частни събития, концерти и фестивали, спортни събития, изложения, туристически събития и др.).			
2.2.	Дефиниране на цели и очаквани резултати от събитието.			
2.3.	Разработване на план за действие			

2.4.	Разработване на бюджет на събитието			
2.5.	Основи на проектирането на събития			
<b>ТЕМА 3. ДИЗАЙН НА СЪБИТИЯТА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
3.1.	Дизайн на събитията			
3.2.	Събитиен декор			
3.3.	Технологично оборудване на събитията. Особенности.			
<b>ТЕМА 4 ОРГАНИЗАЦИЯ НА СЪБИТИЯТА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
4.1	Транспорт и логистика на събитията			
4.2.	Комплексна организация и обслужване на събития			
4.3.	Организация и обслужване на културни събития			
4.4.	Организация и обслужване на спортни събития			
4.5.	Организация и обслужване на туристически събития			
<b>ТЕМА 5. МАРКЕТИНГ НА СЪБИТИЯТА</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	
5.1.	Ролята на специалните събития, като част от интегрираните маркетингови комуникации			
5.2.	Маркетинг на туристически събития			
5.3.	Маркетинг на културни събития			
5.4.	Маркетинг на спортни събития			
<b>ТЕМА 6. ПРОДАЖБА И ФИНАНСИРАНЕ НА СЪБИТИЕТО</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
6.1	Определяне на канали и средства за „продажба” на събитието			
6.2.	Определяне на източниците и начините за финансиране на събитието			
6.3.	Определяне на стойността/цената за участие или потребление			
<b>ТЕМА 7. РЕАЛИЗАЦИЯ НА СЪБИТИЯТА – РЪКОВОДСТВО, МОНИТОРИНГ И КОНТРОЛ</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	
7.1	Създаване и ръководство на екип за изпълнение на събитието			
7.2.	Разпределение на отговорности, пълномощия и ресурси в екипа			
7.3.	Определяне на показатели и индикатори за мониторинг, измерване и контрол на постижението на целите и резултатите			
<b>Общо:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА<sup>1</sup></b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриално оценяване</b>		
1.1.	Презентация по зададена тема	1	20
1.2.	Решаване на казус	4	20
1.3.	Курсов проект по предварително зададена тема	1	40
<b>Общо за семестриалното оценяване:</b>		<b>6</b>	<b>80</b>
<b>2.</b>	<b>Сесийно оценяване</b>		
2.1.	Изпит	<b>1</b>	<b>100</b>
<b>Общо за сесийното оценяване:</b>		<b>1</b>	<b>100</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. Великова, Е. Концептуална рамка на събитийния мениджмънт в туризма. Научни трудове. УНСС. бр. 63, с. 57-66, 2023
2. Рафаилова, Г., Кадиева, С. Мениджмънт и маркетинг на събитията. Варна: Наука и икономика, 2020
3. Янчева, К. Възможности за развитие на МІСЕ туризъм в град Варна (на примера на културно-развлекателен комплекс „Морско казино”), МІСЕ туризмът: фестивали, инсентиви, конференции, изложения, Дванадесети Черноморски туристически форум, Варна 2019, изд. Славена, с. 217-231, ISBN 978-619-190-149-4
4. Янчева, К. Град Варна като дестинация за развитие на МІСЕ ТУРИЗЪМ, научни трудове от кръгла маса „Специализирани видове туризъм”2-4 юни, Академично издателство на Аграрен Университет-Пловдив, Том LX, кн 1, 2016, с. 263, ISSN print 1312-6318, online 2367-5845
5. Judy, Allen, Confessions of an Event Planner, John Wiley and Sons, Canada, 2009
6. Graham, Burridge, Events Design and Experience, Butterworth Heinemann, Routledge, 2011
7. Halsey, Troy, Freelancer’s Guide to Corporate Event Design, Taylor and Francis, New York, 2010
8. Klaus, Weiermair, Christine Mathies, The Tourism and Leisure Industry. Shaping the Future, The Haworth Hospitality Press, New York, Oxford, 2004
9. Rimmington, Michael, Clare Williams, Alison Morrison, Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries, Routledge, 2011
10. Roberts, Ken, The Business of Leisure, Macmilan Education, Palgrave, 2016
11. Yancheva, K. Guidelines for Improving an Event Tourism Product. Izvestia Journal of the Union of Scientists - Varna. Economic Sciences Series, 12(2), pp.126-138. <https://doi.org/10.56065/IJUSV-ESS/2023.12.2.126>, 2023
12. Yancheva, K. Technology for development and implementation of folklore animation product in tourism, Югозападен Университет „НЕОФИТ РИЛСКИ” – БЛАГОЕВГРАД, Стопански Факултет, Катедра Туризъм, Международен туристически форум “СПА и ВИНО” 16.10.2014 – 20.10.2014, Интерхотел Сандански (Сандански, България) и о-в Корфу (Гърция).
13. Yancheva, K., Bulgarian folklore as the competitive advantage of tourism product, XIV Международная научно-практическая конференция "Практика использования концепции маркетинга предприятиями и предпринимательскими структурами", 23-24 апреля 2013 г., ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет», Министерство торговли и внешнеэкономических связей Республики Дагестан.

**ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Davidson, R. and Rogers, T. Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events: a convention and event perspective. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2015
2. Dowson, R., Event Planning and Management: Principles, Planning and Practice, Kogan Page, 2022
3. Mallen, C. Event Management in Sport, Recreation, and Tourism Theoretical and Practical Dimensions, Routledge, 2024
4. Stein, K. Experience & Event Design, Avedition GmbH, 2023

5. Wilson, Robert., Joyce, John., Finance for Sport and Leisure Managers, Routledge, 2008