

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 Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИЗЪМ”

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

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4 ; СЕМЕСТЪР: 8

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 7

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	135	-

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Стоян Маринов)

2.
(гл. ас. д-р Тодор Дянков)

Ръководител катедра:
ИОТ (доц. д-р Георгина Луканова)

I. АНОТАЦИЯ

Курсът "Международен туризъм" има за цел да очертае най-важните характеристики на туризма като международна бизнес дейност; функционално да разкрие проявленията на взаимоотношенията между заинтересованите страни в туризма, действащи в конкретна мета система, както и да изясни различни аспекти на туризма като управленски процес и среда. Относно заложените цели в курса, студентите ще развият управленски способности, чрез използването на различни бизнес подходи и методи, за разрешаване на практически проблеми в сферата на международния туризъм. Структурата на курса концептуално се основава на използването както на теоретични, така и на практически знания и умения, които биха могли да добавят значителна стойност към цялостното обучение на студентите по време на учебния процес.

Ключовите компетентности, които студентите придобиват от дисциплината „Международен туризъм“ са:

- *Предприемаческа* – включва планиране, управление на проекти, стратегическо мислене, оценка на силни и слаби страни, риск мениджмънт, инвестиции, управление на средства, решаване на проблеми, финансова грамотност, анализ на ключови икономически показатели, форми на организация на бизнеса, управление на ресурси и средства, варианти за финансиране, управление на човешките ресурси, делови умения, информирани решения, отговорност, отчетност, комуникация, договаряне, самостоятелна и екипна работа, мотивиране, социално предприемачество

- *Компетентност на културна осведоменост и изява* - изисква познаване на местните, националните, регионалните, европейските и световните култури и изяви, включително техните езици, наследство, традиции и продукти на културата, както и разбиране как тези изяви могат взаимно да си влияят и да влияят върху представите на отделния човек. Тя включва разбиране на различните начини на предаване на идеи между творец, участник и публика посредством писмени, печатни текстове и текстове в цифров формат, театър, филм, танц, игри, изкуство и дизайн, музика, ритуали, архитектура, както и хибридни форми. Изисква разбиране на собствената развиваща се идентичност и културно наследство в един свят на културно многообразие, мотивиране.

Международният туризъм в световен мащаб се превърна във водеща печеливша дейност в сферата на услугите. Разглеждан като специфичен бизнес, фокусът на международния туризъм се промени в посока на интердисциплинарния научен подход. В тази връзка управлението на международната туристическа бизнес единица става все по-трудна и предизвикателна задача през 21 век.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема първа. МЕЖДУНАРОДНА СИСТЕМА НА ТУРИЗМА		3	3	
1.1.	Туризмът като концепция – операционни дефиниции			
1.2.	Основни участници в системата на туризма			
1.3.	Сателитни сметки на туризма			
1.4.	Туризмът като международен бизнес			
Тема втора. МЕЖДУНАРОДНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		5	3	
2.1.	Основни елементи на туристическия пазар			
2.2.	Специфични туристически пазарни структури			
2.3.	Видове туристически пазари			

Тема трета. МЕЖДУНАРОДНО ТУРИСТИЧЕСКО ТЪРСЕНЕ		5	3	
3.1.	Природа на туристическото търсене			
3.2.	Основни характеристики на туристическото търсене			
3.3.	Видове туристическо търсене			
3.4.	Измерване на туристическото търсене			
3.5.	Оценка и прогнозиране на туристическото търсене			
Тема четири. МЕЖДУНАРОДНО ТУРИСТИЧЕСКО ПРЕДЛАГАНЕ		5	3	
4.1.	Характеристики на туристическото предлагане			
4.2.	Компоненти на туристическото предлагане			
4.3.	Видове туристическо предлагане			
4.4.	Управление на туристическото предлагане			
Тема пет. ТУРИСТИЧЕСКИ АТРАКЦИИ		3	2	
5.1.	Природа и цел на атракциите			
5.2.	Характеристики на туристическите атракции			
5.3.	Видове туристически атракции			
5.4.	Управление на туристическите атракции			
Тема шест. ТУРИСТИЧЕСКО НАСТАНЯВАНЕ		5	3	
6.1.	Характеристики на туристическото настаняване			
6.2.	Хотелиерски продукт			
6.3.	Основни метрики за оценка в хотелиерството			
6.4.	Управление на хотелиерството			
Тема седем. ПОСРЕДНИЧЕСТВО В ТУРИЗМА		5	3	
7.1.	Посредническа и представителна дейност в туристическия бизнес			
7.2.	Видове пътнически агенти			
7.3.	Видове договорни отношения между пътнически агенти и хотелиери			
7.4.	Контрактингът в туроператорската дейност			
Тема осем. УПРАВЛЕНИЕ НА СЪБИТИЯ		3	2	
8.1.	Основни характеристики на събитията			
8.2.	Видове събития и участници в тях			
8.3.	Управление на събития в туризма			
Тема девет. ТУРИСТИЧЕСКИ ТРАНСПОРТ		3	3	
9.1.	Транспортът, като компонент на туристическия продукт			
9.2.	Елементи на транспортната система			
9.3.	Видове туристически транспорт			
9.4.	Основни метрики за оценка			
9.5.	Концепцията „Управление на прихода“ в сферата на туристическия транспорт			
Тема десет. МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМА		5	3	
10.1	Характеристики на туристическия маркетинг			
10.2	Маркетингов микс в туризма			
10.3	Маркетингов процес			
10.4	Видове маркетинг в туризма			
10.5	Управление на маркетинга в туризма			
Тема единадесета. УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ		3	2	
11.1	Концепция за туристическа дестинация			
11.2	Стратегическо планиране на туристическата дестинация			
11.3	Организация за управление на туристическа дестинация			
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Казуси по отделни теми	5	35
1.2.	Семестриален тест	1	20
1.3.	Курсов проект	1	20
Общо за семестриалното оценяване:		7	75
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	60
Общо за сесийното оценяване:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		8	135

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Fletcher, J. & others. *Tourism. Principles and practice.*, Pearson Education Ltd, 2013, Edinburgh Gate, UK
2. Cooper, Ch. & M. Hall. *Contemporary tourism. An international approach.* Routledge, 2011, New York, USA
3. Bhatia, A.K. *International tourism management.* Sterling, 2019, India

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Angelo, R and others. *Hospitality Today. An Introduction.* Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association,, Lansing, 2004
2. Cavagnaro, E and others. *Services and Sustainability. A Travellers' Guide.* CHN University, Leeuwarden, 2007
3. Cooper, C. and others. *Tourism: Principles and Practice.* Financial Times – Prentice Hall, Fourth edition, Harlow, 2008
4. Harill, R. *Fundamentals of Destination Management and Marketing.* IACVB, 2005
5. Hayes, D. and others. *Hotel Operations Management.* Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2004

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. Middleton, V. Marketing in Travel and Tourism. Elsevier Butterworth – Heinemann, Third edition, Oxford, 2005
7. Morgan, N and others. Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Elsevier Butterworth – Heinemann, Third edition, Cardiff, 2004
8. Swarbrooke, J. The Development and Management of Visitor Attractions. Butterworth – Heinemann, Second edition, Burlington, 2002
9. European Union Short-Term Tourism Trends
10. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
11. Ministry of Tourism (MT)
12. National Statistical Institute
13. The European Commission's Virtual Tourism Observatory (VTO)
14. Tourism Market Trends UNWTO
15. UNWTO Tourism Highlights
16. UNWTO World Tourism Barometer