

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“

Приета от ФС (протокол №9/05.03.2020 г.)

Приета от КС (протокол №7/18.02.2020 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Декан:

(Проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ“;

ЗА СПЕЦ: „Туризм“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6;

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)

3.
(Гл.ас. д-р Красимира Янчева)

Ръководител катедра:
„Икономика и организация на туризма“ (Проф. д-р Таня Дъбева)

I. АНОТАЦИЯ

“Туристически пазари” е базисна профилираща дисциплина за студентите от спец. “Туризъм”, обучаващи се на бакалавърско равнище. Тя предоставя знания за характера на пазарните отношения в туризма, механизмите, които ги определят и ролята на субективния фактор за тяхното регулиране. Формира умения за разкриване на същността на пазарните процеси, пазарните връзки и поведението на пазарните участници. Осигурява компетенции по въпросите на ценообразуването на туристическите услуги, разкриване и използване на източниците на туристическа пазарна информация и за разработване на адекватни мероприятия на пазарната политика в туризма.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ ЗА ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПАЗАР		6	3	
1.1	Теория за разбиране на пазара			
1.2	Туристическо търсене			
1.3	Туристическо предлагане			
ТЕМА 2. ОСОБЕНОСТИ НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ТЪРСЕНЕ И НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДЛАГАНЕ		6	4	
2.1	Особености на туристическото търсене			
2.2	Тенденции в развитието на туристическото търсене			
2.3	Особености на туристическото предлагане			
2.4	Тенденции в развитието на туристическото предлагане			
ТЕМА 3. ВИДОВЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		6	3	
3.1	Критерии за обособяване на видовете туристически пазари			
3.2	Характеристика на видовете пазари			
3.3	Туристически борси			
ТЕМА 4. ОСНОВНИ ЕМИТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		5	4	
4.1	ФР Германия			
4.2	Кралство Великобритания			
4.3	Япония			

4.4	Канада			
ТЕМА 5. ОСНОВНИ РЕЦЕПТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		5	4	
5.1	САЩ			
5.2	Франция			
5.3	Италия			
5.4	Гърция			
5.5	Испания			
5.6	Турция			
5.7	Мароко, Тунис, Египет			
ТЕМА 6. ФОРМИРАЩИ СЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		5	4	
6.1	Китай			
6.2	Индия			
6.3	Южноафриканска република			
6.4	Нова Зеландия			
6.5	Бразилия			
ТЕМА 7. ЦЕНИ И ЦЕНОВА КОНКУРЕНЦИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ		6	4	
7.1	Фактори, влияещи върхуценообразуването и ценова конкуренция			
7.2	Видове цени на туристическите пазари			
ТЕМА 8. ПРОУЧВАНЕ И ПРОГНОЗИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ		6	4	
8.1	Информационно осигуряване на проучването и прогнозирането на туристическите пазари			
8.2	Методи за проучване на туристическите пазари			
8.3	Методи за прогнозиране на туристическите пазари			
Общо:		45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Казуси	8	40
1.2.	Презентации по зададена тема	2	20
1.3.	Тест	1	15
Общо за семестриален контрол:		11	75
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпитен тест или класически изпит с развиване на два въпроса, избрани на случаен принцип	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		12	135

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Ракаджийска, Св., С. Маринов, Т. Дянков, К. Янчева. Туристически пазари. Варна, Наука и икономика, 2020

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Ракаджийска, Св. Оценка на дестинация България в контекста на международния туристически пазар // Eastern Academic Journal, Vol. 4, December 2018, pp.39-55
2. Ракаджийска, Св. Международният туристически пазар и България, като туристическа дестинация в периода на прехода към пазарна икономика. Наука и икономика – ИУ Варна, 2007
3. Ракаджийска, Св. и кол. Препозициониране на България, като туристическа дестинация. Наука и икономика – ИУ Варна, 2005
4. Специализирани туристически продукти на България. Сб. Доклади, , ПТСВ, Славена, Варна, 2003.
5. Cooper, C. et al. *Tourism principles and practice*. Prentice Hall, Third edition, 2007
6. Middleton, V. et al. *Marketing in travel and tourism*. Elsevier Butterworth – Heinemann, 2005
7. Morrison, A. *Marketing and managing tourism destinations*. Canada: Routledge, 2013
8. European Union Tourism Trends, 2019
9. Tourism Trends and Emerging Issues, UNWTO
10. Tourism Satellite Account
11. UNWTO. Methodological notes to the tourism statistics database, 2019
12. UNWTO, WORLD TOURISM BAROMETER, JUNE 2018
13. UNWTO. Tourism Highlights 2000-2018
14. WTTC & Bloomberg Media Group. World Transformed (Mega Trends and Their Implications for Travel and Tourism. January, 2019