

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

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

УТВЪРЖДАВАМ:

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

Декан:

(Проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМА“

ЗА СПЕЦ: „ТУРИЗЪМ“; ОКС „бакалавър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	12
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	6
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	228
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	6
• САМОПОДГОТОВКА	222

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

I. АНОТАЦИЯ

Маркетинг в туризма е базисна дисциплина за професионалната подготовка на студентите в бакалавърска степен. След получаване на основни, общи знания по маркетинг, студентите придобиват и специфични знания за новите приложими аспекти на съвременния маркетинг в туризма, за идентифицирането на целеви пазарни сегменти, за позиционирането на различните туристически продукти, за осъществяване на основните маркетингови дейности, гарантиращи маркетинговата ориентация на туристическите фирми на международните пазари. Създава умения за разработване на маркетингови стратегии и маркетингови политики, за осъществяване на целеви маркетингови изследвания, управление на взаимовръзките с клиенти, за съчетаване на съвременните информационни технологии с ефективни маркетингови управленски решения.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1	Тема първа. ФИЛОСОФИЯ НА СЪВРЕМЕННИЯ МАРКЕТИНГ. НОВИ ПАРАДИГМИ
1.1.	Философия на маркетинга
1.2.	Маркетингови концепции
1.3.	Историческо развитие на маркетинговата теория
2	Тема втора. ОСОБЕНОСТИ НА МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМА. МАРКЕТИНГОВА СРЕДА
2.1.	Основни характеристики на маркетинга в туризма
2.2.	Микромаркетингова среда
2.3.	Макромаркетингова среда
2.4.	Въздействия на маркетинговата средата
3	Тема трета. ПАЗАРИ И СЕГМЕНТИРАНЕ. ИЗБОР НА ЦЕЛЕВИ ПАЗАРИ
3.1.	Понятие за сегментиране на туристическия пазар
3.2.	Принципи за сегментиране
3.3.	Критерии за сегментиране на туристическия пазар
3.4.	Избор на целеви пазарни сегменти
4	Тема четвърта. МАРКЕТИНГОВ МИКС - ПРОДУКТ
4.1.	Същност на продукта като маркетингов елемент
4.2.	Теория за жизнения цикъл на продукта и позициониране
4.3.	Продуктова политика
5	Тема пета. МАРКЕТИНГОВ МИКС - ЦЕНА
5.1.	Същност на цената като маркетингов елемент
5.2.	Маркетингови ценови стратегии
5.3.	Маркетингова ценова политика
6	Тема шеста МАРКЕТИНГОВ МИКС - ДИСТРИБУЦИЯ
6.1.	Същност на каналите за разпределение като маркетингов елемент
6.2.	Видове канали за разпределение в туризма. Характеристика
6.3.	Маркетингова дистрибуционна политика
7	Тема седма. МАРКЕТИНГОВ МИКС – КОМУНИКАЦИОННА СИСТЕМА

7.1.	Същност на комуникационната система като маркетингов елемент
7.2.	Съдържателни елементи на комуникационната система
7.3.	Специфика на маркетинговите комуникации
8	Тема осма. МАРКЕТИНГОВА ИНФОРМАЦИОННА СИСТЕМА
8.1.	Същност на маркетинговата информационна система (МИС)
8.2.	Маркетингово проучване
9	Тема девета. МАРКЕТИНГОВ ПРОЦЕС
9.1.	Маркетингов анализ и диагноза
9.2.	Маркетингово планиране
9.3.	Маркетингов бюджет
9.4.	Маркетингов контрол
10	Тема десета. ВИРТУАЛЕН МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМА
10.1.	Характеристика на виртуалния маркетинг в туризма
10.2.	Маркетингови мрежи
10.3.	Виртуални мрежови общности
10.4	Видове виртуален маркетинг
11	Тема единадесета. МАРКЕТИНГ НА ВЗАИМОВРЪЗКИТЕ В ТУРИЗМА
11.1.	Същност на маркетинга на взаимовръзките в туризма
11.2.	Управление на взаимовръзките с клиентите в туризма
11.3.	Управление на рекламациите в туризма
12	Тема дванадесета. МАРКЕТИНГ В СЕКТОРА НА ХОТЕЛИЕРСКИТЕ УСЛУГИ
12.1.	Избор на целеви пазари
12.2.	Особености на маркетинговия микс
12.3.	Маркетингов процес
13	Тема тринадесета. МАРКЕТИНГ В СЕКТОРА НА ТУРОПЕРАТОРСКИТЕ УСЛУГИ
13.1.	Избор на целеви пазари
13.2.	Особености на маркетинговия микс
13.3.	Маркетингов процес
14	Тема четиринадесета. МАРКЕТИНГ НА СПОРТНО – РАЗВЛЕКАТЕЛНИТЕ И АТРАКЦИОННИТЕ УСЛУГИ
14.1.	Избор на целеви пазари
14.2.	Особености на маркетинговия микс
14.3.	Маркетингов процес
15.	Тема петнадесета. МАРКЕТИНГ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ
15.1.	Маркетинговата същност на туристическа дестинация
15.2.	Маркетингово управление на туристическа дестинация
16.	Тема шестнадесета. МЕЖДУНАРОДЕН МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМА
16.1.	Особености на международния маркетинг
16.2.	Сегментиране в международния маркетинг
16.3.	Позициониране на туристическото предприятие на международните пазари
16.4	Международен маркетинг и консюмеризъм

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

• учебни ресурси: Електронен учебник; Електронно учебно помагало; Мултимедийни презентации; Видеолекция ; Учебен филм; URL – модул; Етикет; Книга с мултимедийни файлове; Интернет страница; Файлове; Онлайн блог.

• учебни дейности: Разписание; Wiki; База от данни; Външен инструмент; Готова анкета; Обратна връзка; Избор на отговор; Речник; Урок; Форум; Чат.

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Задание	3	60
1.2.	Курсов проект	1	80
1.3.	Електронен тест	1	28
Общо за семестриален контрол:		4	168
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		5	228

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Маркетинг в туризма“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна
2. Ракаджийска, С., С. Маринов, Т. Дянков. Маркетинг в туризма. Варна, Наука и икономика, 2017

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Благоев, В. Маркетинг, 2-ро изд., София, International University, 2003
2. Годуин, С. Маркетингът на позволенията. София, Фокус, 2010
3. Доганов, Д. Маркетинг в туризма. София: Princes, 2001
4. Иванов, Ст., Вл. Жечев. Маркетинг в хотелиерството. Варна, Зангадор, 2011

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

5. Маринов, С. Мениджмънт на туристическа дестинация. Варна, 2015
6. Линдстрьом, М. Биология на купуването.София, Изток – Запад, 2011
7. Рийс, А. и Дж. Траут. Неизменните 22 закона на маркетинга. София, Класика Стил, 2004
8. Станимиров, Е. Процес на управление на взаимоотношенията с клиенти. Изд. „Direct Services“, Варна, 2014.
9. Middleton, Victor T.C. , Alan Fyall, Mike Morgan, Ashok Ranchhod, Marketing in Travel and Tourism. Publisher: A Butterworth-Heinemann Title; 4 edition, 2009.