

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 СЪБИТИЯ“

ЗА СПЕЦ: „Международен туристически бизнес“;

ОКС „магистър“ – задочно 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: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 6

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ:	
т.ч.	
• ЛЕКЦИИ	(15)
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	(15)
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	(150)

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Георгина Луканова)

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 планиране и проектиране 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;
- Управленските аспекти на събитията;
- Организационните аспекти на събитията;
- Маркетинговите аспекти на събитията;
- Спецификата на събитията в туризма.

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

Ключовите характеристики на продукта на видовете събития, дейностите по планиране, организация, реализация на събитията, както и тенденциите за тяхното развитие. Важен принос на курса е разясняването 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 използването на новите тенденции и прогнози в развитието на събитийната логистика.

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

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№ по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	Тема 1. КОНЦЕПЦИЯ НА СЪБИТИЕТО
1.1.	Характеристика и особености на специалните събития
1.2.	Класификация на събитията
1.3.	Особености на събитията в туризма
2.	Тема 2. УПРАВЛЕНСКИ АСПЕКТИ НА СЪБИТИЕТО
2.1.	Планиране на събитието
2.2.	Дизайн на събитието
2.3.	Мониторинг и оценка на събитието
3.	Тема 3. ОРГАНИЗАЦИОННИ АСПЕКТИ НА СЪБИТИЕТО
3.1.	Събитиен декор
3.2.	Технологично оборудване на събитията
3.3.	Транспорт и логистика
4.	Тема 4. МАРКЕТИНГОВИ АСПЕКТИ НА СЪБИТИЕТО
4.1.	Продуктов портфейл на събитийния туризъм
4.2.	Маркетингова комуникационна система на специалните събития
4.3.	Дистрибуция и ценообразуване в събитийния туризъм
5.	Тема 5. СПЕЦИФИКИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИЯТА НА СЪБИТИЯ
5.1.	Организация и обслужване на културни събития
5.2.	Организация и обслужване на спортни събития
5.3.	Организация и обслужване на туристически събития

6.	Тема 6. СПЕЦИФИКА НА СЪБИТИЯТА В ТУРИЗМА
6.1.	Същност на MICE туризма
6.2.	Особености на MICE туризма
6.3.	Модел на туристическа дестинация за MICE туризъм

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Практически казус	1	50
1.2.	Курсов проект	1	70
Общо за семестриалното оценяване:		2	120
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	30
Общо за сесийното оценяване:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		3	150

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 MICE туризъм в град Варна (на примера на културно-развлекателен комплекс „Морско казино”), MICE 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 MICE 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, Burrige, 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

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.

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 Туризм, 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