

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – В А Р Н А
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: „СОЦИАЛНА ПСИХОЛОГИЯ В ТУРИЗМА”

ЗА СПЕЦ: „Туризъм“; ОКС „бакалавър“ – редовно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 8

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 5

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	90	-

Изготвили програмата:

1.
(доц. д-р Георгина Луканова)

2.
(гл. ас. д-р Христина Филипова)

Ръководител катедра:
„Икономика и организация на туризма“ (доц. д-р Георгина Луканова)

I. АНОТАЦИЯ

Социалната психология в туризма е задължителна профилираща дисциплина за бакалавърската степен. Тя намира широко приложение в сферата на услугите и в частност туризма и свободното време. Разглеждат се теми, свързани с еволюцията на социалната психология и настоящите тенденции, връзката ѝ със семиотиката, етапите за вземане на решение за покупка в областта на туризма, мотивите, факторите, които влияят, стратегиите, които трябва да се приложат. Специално внимание се отделя на въздействието на социалната психология върху маркетинговите комуникации в туризма, както и на културните и националните различия на туристите и техния специфичен профил. По време на семинарните занятия се разглеждат практически казуси и се разработва проект, свързан с прилагане на стратегии от областта на социалната психология, целящи създаване и адаптиране на туристически продукти за различни групи туристи.

Дисциплината е със силна практическа насоченост и в съчетание с други основни и специализирани предмети подготвя студентите за успешна реализация като управленски кадри в сферата на туризма на национално и международно ниво.

Теоретичните знания, придобити по време на изучаване на дисциплината „Социална психология в туризма“ и решаването на практически казуси и задачи помагат на студентите да придобият редица компетентности, най-значимите от които са:

- Личностна - формира умения за решаване на реално съществуващи проблеми, умения за планиране на задачи, умения за организиране на собствената работа, умения за справяне с конфликти, умения за разбиране и управление на взаимодействия и комуникация в различни социално културни контексти;
- Гражданска - придобиват се умения, свързани с включване в социално значими дейности, умения за справяне с конфликти и разногласия в професионална, обществена и международна среда.
- Компетентност за културна осведоменост и изява - развиват се умения за работа и адаптация в интеркултурна среда.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1. Същност и еволюция на социалната психология		6	4	
1.1.	Дефиниране на термина „Социална психология“			
1.2.	Историческо развитие на социалната психология			
1.3.	Тенденции в развитието на социалната психология			
1.4.	Връзката между социалната психология и семиотиката			
Тема 2. Социална психология и потребителско поведение на туриста		6	4	
2.1.	Социално-психологически елементи в теоретичните модели на поведение на туриста			
2.2.	Социално-психологически фактори, влияещи върху поведението на туриста			
2.3.	Мотивация, нагласа, перцепция			

Тема 3. Влиянието на културата върху потребителското поведение на туриста		6	6	
3.1.	Дефиниция на понятието „култура“			
3.2.	Източници на културата			
3.3.	Елементи на културата			
3.4.	Модел на културна обусловеност			
Тема 4. Социално-психологически особености при комуникации с туристи		4	6	
4.1.	Външно поведение на туриста			
4.2.	Невербална комуникация			
4.3.	Вербална комуникация			
Тема 5. Социално-психологически стратегии при обслужване на туристи		4	4	
5.1.	Стратегии за убеждаване			
5.2.	Социални умения и социална интелигентност			
5.3.	Социално-психологически особености на интеркултурната комуникация			
Тема 6. Влияние на социалната психология върху маркетинговите комуникации в туризма		4	6	
6.1.	Лого и реклама			
6.2.	Лични продажби, нетуъркинг и ПР			
6.3.	Бизнес преговори			
		Общо:	30	30

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№ по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Казус	1	20
1.2.	Курсов проект	1	40
Общо за семестриалното оценяване:		2	60
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит	1	30
Общо за сесийното оценяване:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		3	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

- Христова, Т., Велева, М. (2011) *Социална психология в туризма*, Варна, Наука и икономика

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.

2. Чалдини, Р.(2005). *Влиянието. Психология на убеждаването. София, Изток-Запад*
3. Aronson, E., Wilson, T. D., Sommers, S. R., Page-Gould, E., & Lewis, N., Jr. (2023). *Social Psychology (11th ed.)*. Hoboken, NJ: Pearson
4. Gursoy, D., Çelik, S. (2022). *Routledge Handbook of Social Psychology of Tourism*. London: Routledge
5. Usunier, J. Lee, J.(2012). *Marketing across cultures*, 6th ed.London: Prentice Hall

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Ради Р.,Бъртън,К.(2009). *Невролингвистично програмиране*. София, Алекс Форт
2. Brewer, M. B., & Hewstone, M. (Eds.). (2003). *Applied Social Psychology*. London: Blackwell.