

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: „ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА“;

ЗА СПЕЦ: „Туризм“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 6

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	120	-

Изготвили програмата:

1.
(гл. ас. д-р Мария Велева)
2.
(проф. д-р Таня Дъбева)

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

I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Грижа за клиента” има за цел да запознае студентите от специалност „Туризм” с основните теоретични и практически характеристики на това съвременно направление в сферата на услугите, като им даде възможност да обединят познанията си по управление, маркетинг, социална психология и управление на човешки ресурси в туризма, с фокус върху клиента. Основните тематични единици подпомагат практическото приложение на знанията по тази дисциплина. В тази връзка първата част от темите съдържа поглед върху основните теоретични постановки, а втората част съдържа теми с практическо приложение. Дисциплината цели развиването на практически умения за фокусиране на управлението на туристическите организации върху клиентите, като по този начин да подпомогнат професионалната работа в туризма на студентите от специалността.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
Тема 1: СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА ГРИЖАТА ЗА КЛИЕНТА		4	4	
1.1	Съдържание на понятието „Грижа за клиента”			
1.2	Необходимост от грижа за клиента в съвременните фирми, предоставящи услуги			
1.3	Фокусът върху клиента и значението му за туристическите фирми			
Тема 2: ПРЕДПОСТАВКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ГРИЖАТА ЗА КЛИЕНТА В СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ		4	4	
2.1	Икономически и социални предпоставки за развитие			
2.2	Пътят от маркетинга до грижата за клиента			
2.3	Изучаване поведението на клиентите и отношението им към продуктите/услугите в туризма			
Тема 3: МОДЕЛ НА КОНЦЕПЦИЯТА ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА		4	4	
3.1	Елементи			
3.2	Същност			
Тема 4: ИНТЕГРИРАНЕ НА КОНЦЕПЦИЯТА „ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА“ ВЪВ ФИРМЕНОТО УПРАВЛЕНИЕ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ		8	8	
4.1	Етапи и същност			
Тема 5: ИЗМЕРВАНЕ НА ИНТЕГРИРАНЕТО НА ГРИЖАТА ЗА КЛИЕНТА В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ		4	4	
5.1	Показатели и критерии за измерване			
Тема 6: СЪЗДАВАНЕ НА ПРОГРАМА ЗА ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА		2	2	
6.1	Изготвяне на индивидуална организационна стратегия с фокус върху грижата за клиента			
6.2	Специфични особености на програмата Грижа за клиента в туристическата фирма			
Тема 7: ПОДДЪРЖАНЕ НА ПОСТОЯНЕН ФОКУС ВЪРХУ КЛИЕНТА		4	4	
7.1	Проблеми при поддържането на фокус върху клиента			
7.2	Особености на постоянния мониторинг			
7.3	Добри практики			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

No. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Казуси	4	60
	Общо за семестриален контрол:	4	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (курсов проект)	1	60
	Общо за сесиен контрол:	1	60
	Общо за всички форми на контрол:	5	120

IV. ЛИТЕРАТУРА**ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Мария Велева, Теоретичен модел на концепцията „Грижа за клиента”, Годишник на ИУ-Варна, том 82, 2010г, стр. 328-362.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Cook, S., Customer Care Excellence: 6-th edition. Kogan Page, 2011.
2. Wellington, P., Effective Customer Care. Kogan Page, 2011.
3. Johns, T., Perfect Customer Care, Random House, 2011.