

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: „ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ТУРИЗМА“

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

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.
(проф. д-р Велина Казанджиева)

2.
(ас. д-р Катина Попова)

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

I. АНОТАЦИЯ

„Дигитализация в туризма“ е избираема хибридна дисциплина за студентите от специалност „Туризм“. Тя конкретизира и разширява познанията в областта на приложението на информационните и комуникационните технологии в туризма. Целта на обучението е придобиване на специализирани знания и умения за организация и управление на процесите при развитие на туристически бизнес в дигитална среда. За успешната реализация на обучението по дисциплината студентите следва да притежават базови знания и умения по информационни и интернет технологии, икономика и управление на туристическото предприятие, хотелиерство и ресторантьорство и минимум два чужди езика. Особено полезни в тази връзка са входящите знания по дисциплините: информатика, теория на управлението, икономика на предприятието, въведение в туризма, туристически пазари, пътнически агенции и транспорт в туризма и чужди езици. Съдържанието на дисциплината формира знание и разбиране за: същността и особеностите на дигитализацията в туризма; приложението на дигитализацията в управлението на туристическите дейности и дестинации; управлението на отношенията с клиентите; значението на уебсайта за развитието на дигитален туристически бизнес. Придобитите знания по дисциплината формират умения за: разширяване на възможностите за реализация на туристически услуги в дигитална – електронна среда; използване на предимствата на технологиите и интернет за подобряване на туристическото обслужване; оптимизиране развитието и управлението на дигитален туризъм в туристическите предприятия.

Ключови компетентности, развивани в резултат на обучението по дисциплината са:

1. Цифрова – развива разбиране за принципите и логиката в основата на технологиите, способност за ползване на цифрово съдържание и управление на информация, ефективно ползване на софтуер и изкуствен интелект.
2. Личностна – формира умения за справяне в сложни ситуации и несигурна среда; придобиване на умения за учене; решаване на реално съществуващи проблеми, умения за планиране на задачи, умения за организиране на собствената работа.
3. Предприемаческа – планиране на иновативни проекти, оценка на силни и слаби страни, форми на организация на бизнеса, информирани решения, самостоятелна и екипна работа.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА		5	5	
1.1.	Информационните технологии в съвременния туризъм			
1.2.	Същност и определение на дигитализацията в туризма			
1.3.	Видове и форми на дигитализация в туризма			
1.4.	Туризъм и технологичен прогрес			
ТЕМА 2. ОСОБЕНОСТИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА		5	5	
2.1.	Предпоставки и фактори за дигитализация в туризма			
2.2.	Дефиниране и теоретични основи на дигиталния туризъм			
2.3.	Особености и съдържание на дигиталния туризъм			
2.4.	Етапи и еволюция на дигиталната туристическа система			

2.5.	Интелигентни (смарт) изменения в дигиталната туристическа система			
2.6.	Правни основи на дигитализацията в туризма			
ТЕМА 3. ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕЙНОСТИ		5	5	
3.1.	Дигитализация в хотелиерството			
3.2.	Дигитализация в дейността на пътническите агенции			
3.3.	Дигитализация в други туристически дейности			
ТЕМА 4. ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ		5	5	
4.1.	Организации за управление на туристически дестинации			
4.2.	Интегрирани системи за дигитализация на управлението на дестинации			
4.3.	Дигитални дестинации			
ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА ОТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИ ПРИ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА		5	5	
5.1.	Характеристика на системите			
5.2.	Класификация на системите			
5.3.	Профил на потребителите при дигиталния туризъм			
5.4.	Подходи за управление на отношенията с клиенти			
ТЕМА 6. РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА УЕБСАЙТА ПРИ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА		5	5	
6.1.	Класификация и принципи на използване на уебсайта			
6.2.	Уебсайтът като маркетингов инструмент за дигитализация в туризма			
6.3.	Развитие и реклама на уебсайта			
Общо:		30	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА ¹	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриално оценяване		
1.1.	Презентация по определена тема	1	40
1.2.	Задание – практически казус	1	30
1.3.			
Общо за семестриалното оценяване:		2	70
2.	Сесийно оценяване		
2.1.	Изпит - тест	1	50
Общо за сесийното оценяване:		1	50
Общо за всички форми на контрол:		3	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

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.

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Казанджиева, В. Концепция и възможности за развитие на е-туризъм. Варна: Наука и икономика, 2021.
2. Кашева, М., А. Абаджиев. Възможности за приложение на Интернет като маркетингов промоционален и комуникационен инструмент в туризма. Годишник на ИУ – Варна, 2009.
3. Краева, В. Електронен бизнес в туризма. СА – Свищов, 2008.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Краева, В. Електронен бизнес в туризма. СА – Свищов, 2008.
2. Santos, J., Silva, Ó. Digital Marketing Strategies for Tourism, Hospitality, and Airline Industries. IGI Global, 2019.
3. Valeri, M. Tourism Innovation in the Digital Era – Big Data, AI and Technological Transformation. Emerald Publishing Limited, 2023.
4. Pronto, J., Carvalho, L., Belo, M., Gustavo, N. 2022 Optimizing Digital Solutions for Hyper-Personalization in Tourism and Hospitality. IGI Global, 2022.
5. Spyriadis, Th., Katsoni, V. Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era. Springer International Publishing, 2020.