

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

---

Приета от ФС (протокол №/ дата):

**УТВЪРЖДАВАМ:**

Приета от КС (протокол №/ дата):

**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“ – дистанционно обучение**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7**

**ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.**

**КРЕДИТИ: 6**

**РАБОТЕН ЕЗИК: български**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>12</b>
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	<b>6</b>
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	<b>6</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>168</b>
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	<b>6</b>
• САМОПОДГОТОВКА	<b>162</b>

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 „Туризъм” с основните теоретични и практически характеристики на това съвременно направление в сферата на услугите. дисциплината дава възможност на студентите да обединят познанията си по управление, маркетинг, социална психология и управление на човешки ресурси в туризма, с фокус върху клиента. Основните тематични единици подпомагат усвояването на знания за изграждане на грижа за вътрешните и външни клиенти, съставяне на програми за обучение с фокус върху клиента и постоянното му поддържане в туристическите организации.

Усвоените знания и умения по дисциплината имат широко приложение при работа с клиенти, разрешаване на конфликти, оплаквания и създаване на лоялни клиенти.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
<b>Тема първа: Същност и значение на Грижата за клиента</b>	
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
<b>Тема втора: Предпоставки за развитие на Грижата за клиента в сферата на услугите</b>	
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.
<b>Тема трета: Модел на концепцията Грижа за клиента</b>	
3.1	Същност на модела
3.2	Елементи
<b>Тема четвърта: Интегриране на концепцията Грижа за клиента във фирменото управление в туристическите фирми</b>	
4.1	Интегриране на концепцията: Първи етап
4.2	Интегриране на концепцията: Втори етап
4.3	Интегриране на концепцията: Трети етап
4.4	Интегриране на концепцията: Четвърти етап

<b>Тема пета: Измерване на интегрирането на Грижата за клиента в управлението на туристическите фирми</b>	
<b>5.1</b>	Показатели и критерии за измерване
<b>Тема шеста: Създаване на програма за Грижа за клиента</b>	
<b>6.1</b>	Изготвяне на индивидуална организационна стратегия с фокус върху грижата за клиента
<b>6.2</b>	Специфични особености на програмата Грижа за клиента в туристическата фирма
<b>Тема седма: Поддържане на постоянен фокус върху клиента</b>	
<b>7.1</b>	Проблеми при поддържането на фокус върху клиента
<b>7.2</b>	Особености на постоянния мониторинг
<b>7.3</b>	Добри практики
	<b>Общо:</b>

### **III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ<sup>1</sup>**

Подготовката и провеждането на обучението по дисциплината „Грижа за клиента“, дистанционна форма, се осъществява чрез учебни ресурси и учебни дейности както следва:

- лекционни теми в съответствие с учебната програма по дисциплината, достъпни чрез платформата за дистанционно обучение Moodle;
- упражнения към съответната тема, достъпни чрез платформата за дистанционно обучение Moodle;
- решаване на ситуационни задачи към съответната тема, достъпни чрез платформата за дистанционно обучение Moodle;
- допълнителни материали, достъпни чрез платформата за дистанционно обучение Moodle;
- тестови въпроси към съответната тема, достъпни чрез платформата за дистанционно обучение Moodle.

### **IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ**

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Казуси	2	60
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>2</b>	<b>60</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	102

<sup>1</sup> 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.

	<b>Общо за сесиен контрол:</b>	<b>1</b>	<b>102</b>
	<b>Общо за всички форми на контрол:</b>	<b>3</b>	<b>162</b>

## **V. ЛИТЕРАТУРА**

### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Грижа за клиента“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

### **ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Мария Велева, Теоретичен модел на концепцията „Грижа за клиента”, Годишник на ИУ-Варна, том 82, 2010г, стр. 328-362.
2. Cook, S., Customer Care Excellence: 6-th edition. Kogan Page, 2011.
3. Wellington, P., Effective Customer Care. Kogan Page, 2011.