

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

Приета от ФС (протокол № 12/29.04.2024 г.)

УТВЪРЖДАВАМ:

Приета от КС (протокол № 8/16.04.2024 г.)

Декан:

(доц. д-р Добрин Добрев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ“

ЗА СПЕЦ: „ТУРИЗЪМ“; ОКС „бакалавър“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3

СЕМЕСТЪР: 5

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 240 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 8

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	15
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	9
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	225

Изготвили програмата:

1.
(Проф. д-р Стоян Маринов)

2.
(Гл. ас. д-р Тодор Дянков)

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

I. АНОТАЦИЯ

“Туристически пазари” е специализираща дисциплина за студентите от спец. “Туризъм”, обучаващи се в ОКС „бакалавър“. Курсът предоставя знания за характера на пазарните отношения в туризма, механизмите, които ги определят и ролята на субективния фактор за тяхното регулиране. Дисциплината надгражда знания по микро и макро икономика, спецификата на туризма като система, методиките за проучване на социално - икономическите явления в туризма. Формира компетенции и умения за разкриване на същността на пазарните процеси и пазарното поведение на туристическите субекти с помощта на специализиран пазарен инструментариум. Курсът „Туристически пазари“ предоставя допълнителни знания и умения за анализ на пазарните процеси, изследване и прогнозиране на тяхното развитие, формиране на пазарни стратегии и политики.

Ключовите компетентности, които студентите придобиват от дисциплината „Туристически пазари“ са:

- Предприемаческа - планиране, стратегическо мислене, оценка на силни и слаби страни, риск мениджмънт, управление на средства, решаване на проблеми, анализ на ключови икономически показатели, форми на организация на бизнеса, управление на ресурси и средства, варианти за финансиране, информирани решения, отговорност.*
- Компетентност за културна осведоменост и изява - тази компетентност изисква познаване на местните, националните, регионалните, европейските и световните култури и изяви, включително техните езици, наследство, традиции и продукти на културата, както и разбиране как тези изяви могат взаимно да си влияят и да влияят върху представите на отделния човек.*

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	ТЕМА 1. ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР
1.1.	Въведение. Понятиен апарат
1.2.	Теории за пазара и туристическия пазар
1.3.	Същност, определение и особености на туристическия пазар
2.	ТЕМА 2. ТУРИСТИЧЕСКО ТЪРСЕНЕ
2.1.	Същност и определение на туристическото търсене
2.2.	Особености на туристическото търсене
2.3.	Фактори за формиране на туристическото търсене
2.4.	Тенденции на развитие на туристическото търсене
3.	ТЕМА 3. ТУРИСТИЧЕСКО ПРЕДЛАГАНЕ
3.1.	Същност и определение на туристическото търсене
3.2.	Особености на туристическото търсене
3.3.	Фактори за формиране на туристическото търсене
3.4.	Тенденции на развитие на туристическото търсене
4.	ТЕМА 4. ЦЕНИ И ЦЕНОВА КОНКУРЕНЦИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ
4.1.	Фактори, влияещи върху ценообразуването
4.2.	Видове цени на туристическите пазари

4.3.	Ценова конкуренция на туристическите пазари
5.	ТЕМА 5. КОНЮНКТУРА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ
5.1.	Същност и определение за конюнктура на туристическите пазари
5.2.	Показатели за конюнктура на туристическите пазари
5.3.	Предпоставки за развитие на конюнктура на туристическите пазари
6.	ТЕМА 6. ВИДОВЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ
6.1.	Критерии за обособяване на туристическите пазари. Класификация
6.2.	Видове туристически пазари
7.	ТЕМА 7. ПРОУЧВАНЕ И ПРОГНОЗИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ
7.1.	Информационно осигуряване на проучването и прогнозирането на туристическите пазари
7.2.	Методи за проучване на туристическите пазари
7.3.	Методи за прогнозиране на туристическите пазари
8.	ТЕМА 8. ОСНОВНИ ЕМИТИВНИ И РЕЦЕПТИВНИ НАЦИОНАЛНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ
8.1	Структура, динамика, цикличност, конюнктура
9.	ТЕМА 9. ФОРМИРАЩИ СЕ НАЦИОНАЛНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ
9.1	Структура, динамика, цикличност, конюнктура

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

• учебни ресурси: Електронни учебни материали; Мултимедийни презентации; Видеолекция; Учебен филм; URL – модул; Етикет; Книга с мултимедийни файлове; Папка; Интернет страница; Файлове; Онлайн блог.

• учебни дейности: База от данни; Външен инструмент; Готова анкета; Задание; Избор на отговор; Избор на група; Речник; Урок; Форум; Чат; Тест; Куиз

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Казуси	2	60
1.2.	Курсова работа	1	60
1.3.	Електронен тест	1	60
Общо за семестриален контрол:		4	180
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит	1	45
Общо за сесиен контрол:		1	45

¹ 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.

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Туристически пазари“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна
2. Ракаджийска, С., С. Маринов, Т. Дянков, К. Янчева. Туристически пазари. Варна, Наука и икономика, 2020

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Ракаджийска, С. Оценка на дестинация България в контекста на международния туристически пазар // Eastern Academic Journal, Vol. 4, December 2018, pp.39-55
2. Ракаджийска, С. Международният туристически пазар и България, като туристическа дестинация в периода на прехода към пазарна икономика. Наука и икономика – ИУ Варна, 2007
3. Ракаджийска, С. и кол. Препозициониране на България, като туристическа дестинация. Наука и икономика – ИУ Варна, 2005
4. Специализирани туристически продукти на България. Сб. Доклади, , ПТСВ, Славена, Варна, 2003.
5. Cooper, Ch. & M. Hall. Contemporary tourism. An international approach. Routledge, 2011, New York, USA
6. Cooper, C. et al. *Tourism principles and practice*. Prentice Hall, Third edition, 2007
7. Fletcher, J. & others. *Tourism. Principles and practice.*, Pearson Education Ltd, 2013, Edinburgh Gate, UK
8. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs
9. Middleton, V. et al. *Marketing in travel and tourism*. Elsevier Butterworth – Heinemann, 2005
10. Morrison, A. *Marketing and managing tourism destinations*. Canada: Routledge, 2013
11. European Union Short-Term Tourism Trends
12. European Union Tourism Trends
13. The European Commission's Virtual Tourism Observatory (VTO)
14. Tourism Market Trends UNWTO
15. Tourism Trends and Emerging Issues, UNWTO
16. Tourism Satellite Account
17. UNWTO. Methodological notes to the tourism statistics database, 2019
18. UNWTO, WORLD TOURISM BAROMETER
19. UNWTO. Tourism Highlights
20. WTTC & Bloomberg Media Group. World Transformed (Mega Trends and Their Implications for Travel and Tourism. January, 2019