

ТУРИЗМИНИ

Приложение към брой 6, май, 2018 г.



ПЪТУВАЩ СЕМИНАР 2018

КАТЕДРА

„ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ—ВАРНА



ВАРНА-ИСТАНБУЛ-ЛОЗЕНГРАД-ВАРНА

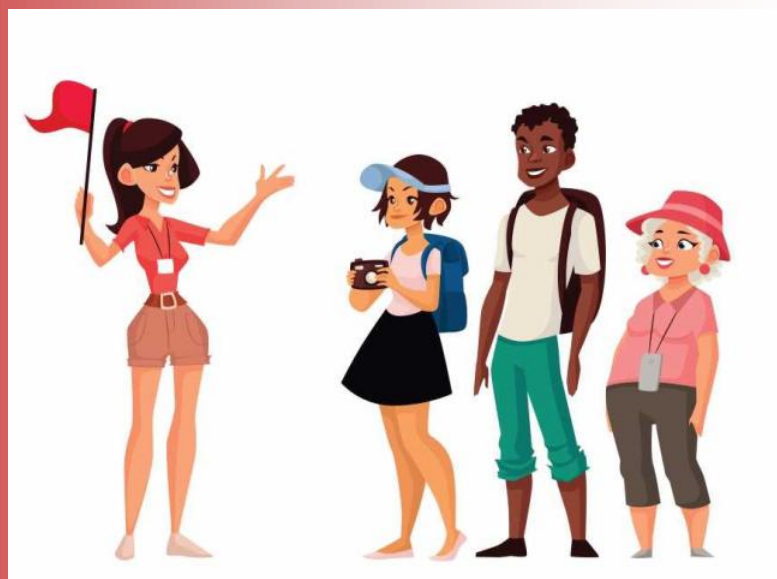
РАЗКАЗИ ОТ ПЪРВО ЛИЦЕ...

КАКВО ЩЕ ОТКРИЕТЕ В СПЕЦИАЛНОТО ПРИЛОЖЕНИЕ НА “ТУРИЗМИНИ”, БР. 6?



КРАТКА ИНФОРМАЦИЯ ЗА ПОСЕТЕНИТЕ ОБЕКТИ

**ПРЕДСТАВЯНЕ НА ФИРМИТЕ,
УЧАСТВАЩИ В ПРЕДЛАГАНЕТО**



**МАЛКО БЛАГОДАРНОСТИ КЪМ
ВОДАЧИТЕ НА ГРУПАТА**

**ФОТОРАЗКАЗ НА ОКТАЙ ХАЛИД,
II КУРС, 41 ГРУПА**



**ОБЯВЯВАНЕ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ
КОНКУРСА ЗА ЕСЕ НА ТЕМА “ФЕЕРИЯ ОТ
ЛАЛЕТА”-МАРКЕТИНГ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА
ДЕСТИНАЦИЯ**



КОГА ПЪТУВАХМЕ И КОЙ НИ ЗАВЕДЕ?

В периода 23.04.2018 г.—25.04.2018 г. се проведе традиционният за катедра —Икономика и организация на туризма пътуващ семинар, за който тази година бе избрана дестинация Турция.

В семинара участваха общо 90 студенти—42 от втори курс; 27 от трети курс; 12 от четвърти курс и 9 магистри. Представители на катедрата бяха: проф. д-р Стоян Маринов, доц. д-р Георгина Луканова, доц. д-р Велина Казанджиева; гл. ас. д-р Мария Велева; гл. ас. д-р Красимира Янчева и д-р Галина Илиева.

Инициатор на събитието бе катедра —ИОТ, а организатор на пътуването—Юлиян Бонев, собственик на фирма Travel Club Bulgaria (TCB). Транспортното обслужване бе дело на компания —БГ Транс.

Студенти, преподаватели и гости на организаторите имаха на разположение 3 дни, в които да се запознаят с космополитния Истанбул и побратимения с Добрич Лозенград. Водачи на туристическата група бяха Юлиян Бонев и Валерий Гочев—член на Съюза на екскурзоводите в България. За по-доброто пренасяне в атмосферата на Истанбул спомогнаха и разказите на местния екскурзовод Айдын, който представи най-големите забележителности на града по неповторим начин!



Травел Клуб България ЕООД е регистриран туроператор и туристически агент. Фирмата специализира в предоставянето на висококачествени туристически услуги на разумни цени.

От години TCB е един от водещите организатори на събития, екскурзии и мероприятия в дестинация Турция по д мотото: *“Да пътуваш, означава да притежаваш света! Всяко пътуване е уникално изживяване и започва с една единствена стъпка. Първата стъпка може да направим заедно!”*

„БГ ТРАНС” ООД е фирма за туристически транспорт, основана през 2006 г., чиято основна дейност е автобусен транспорт на туристи в страната и чужбина. В тази дейност се включват още трансфери на туристите от летищата до курортните комплекси и обратно, обиколки и екскурзии с познавателна и развлекателна цел. Фирмата разполага с туристически автобуси, оборудвани с климатик, видео, WC, микробуси и леки коли, използвани за rent-a-car дейност.

Високото качество на предлаганите от услуги, коректността и професионализма, както и нарастващият брой на бизнес партньорите, утвърждават фирмата като авторитетна компания и желан партньор в бизнеса.



Травел Клуб България ЕООД
гр. Варна 9002, ул. Битоля 37, ет. 3, офис 6

Телефон: 052 983201

Мобилен: 0884 689975, 0888 247042

E-mail: office@travelclub.bg

Уеб-адрес: www.travelclub.bg

Работно време:

понеделник - петък: 09.00 - 18.00 часа

събота и неделя: почивни дни



БГ ТРАНС ООД

Адрес на управление: Варна, ул. Шар №18, ет. 6, ап. 36;

Адрес за контакти: Варна, ул. Тролейна № 48

Телефон: 052/560 053

Мобилен телефон: 0878/534 882

Факс: 052/560 053

E-mail: bgtransltd@abv.bg

Уеб-адрес: www.bgtransltd.com

КАКВО ВИДЯХМЕ?



Истанбулският аквариум отваря врати през 2011 г. Той е официален член на Световната асоциация на зоологическите градини и аквариуми. Намира се на около 5 км от Международното летище "Ататюрк".

Аквариумът в Истанбул заема водеща позиция сред световните аквариуми, благодарение на своя обем и разнообразието си от видове.

Базата му се използва и за изследователски цели, а всички живи същества живеят в условия, възможно най-близки до тези на тяхното местообитание.



Съвременният ресторант, известен от феноменалния сериал 1001 нощ - Шехерезада - Ташхан, е построен от Мустафа III през 1763г, с цел за да може да подслони и настане гостите му при определени визити. Сградата се свързва чрез един голям двор с цистерните от Византийски период, когато е носела името "Сипахи Хан". Използван е по време на Византийския период за водоснабдяване. След това Ташхан е наречен "Катърджалан Хан" и "Куручешме Хан", а по време на Републиканския период последно получава името "Ташхан". След своето построяване Ташхан е използван като Византийски цистерни за съхранение на водата, пренасяна от седемте хълма, намиращи се на територията на града. След този период, по време на Османската империя помещението е използвано за кервансарай. От днешна гледна точка ресторантът и неговият комплекс са използвани и с търговска цел. Там се намират малки дюкянчета с интересни предложения за бита и ежедневието на хората. Същевременно Ташхан е използван и за нощен базар, ясли и склад.



Паркът Емирган е един от най-големите и живописни паркове в Истанбул. Всяка година за Фестивала на лалетата тук се засаждат около 1 850 000 лалета от 112 вида. С обширните си зелени полянки, малки езерца, фонтани и кафенета, той е едно от любимите места на местните жители и предлага идеална възможност за пикници на открито или разходки сред живописните му алеи.

КАКВО ВИДЯХМЕ?



Света София (турски: Аяа Sofya) или Църква на светата Премъдрост Божия е монументална обществена сграда в Истанбул, Турция, превърната днес в музей. Тя е служила дълго време за християнска катедрала, а по-късно за една от главните джамии на Константинопол.

След нейното построяване „Св. София“ оказва сериозно влияние в развитието на архитектурата. Това важи особено за православните храмове до ден днешен. Много от джамиите в Истанбул и цялата Османска империя, построени от Синан и негови ученици, следват основния план на „Св. София“ – Шехзаде джамия, Сюлейман джамия, Султан Ахмед джамия (Синята джамия) и др.

Синята Джамия или Джамията „Султан Ахмед“ е мюсюлмански храм в Истанбул, Турция. Построена е от архитекта Седефкяр Мехмед ага по заповед на султан Ахмед I между 1609 и 1616 година.

Джамията „Султан Ахмед“ е първата джамия в Османската империя, която има 6 минарета. Размерът на помещението в молитвената зала е 64 x 72 метра. Диаметърът на централния купол е 23,5 м, а височината му е 43 метра. Джамията има 260 прозореца.



Босфор (на турски: İstanbul Boğazi – Истанбул Боазъ) е протокът, който свързва Мраморно и Черно море и разделя европейската част на Турция (Румелия) от азиатската (Анадола). Намира се във Вилает Истанбул. Бреговете му са гъсто населени: от 2-те му страни е разположен мегаполисът Истанбул, други селища от вилаета, множество вили и места за отдих, пристанища и

Къз Кулеси или още Момината кула на Босфора е сред туристическите символи на Истанбул. Легендата разказва, че Кулата на девичката е наречена така на дъщерята на султан, който безумно я обичал и правел всичко възможно, за да се чувства тя щастлива и безгрижна. Веднъж ясновидец предрекъл, че въпреки всичко девойката ще умре, точно като навърши 18 години. Султанът незабавно се разпоредил на острова да бъде построена непристъпна кула, задължително преди дъщеря му да навърши 18 години. И веднага след завършването на строителството преместил девойката, за да я предпази от възможните причинители на смърт. В деня, когато принцесата навършила 18г., султанът ѝ изпратил кошница с плодове. Щом я поела в ръцете си, оттам изкочила отровна змия. Предсказанието на ясновидеца се сбъднало...



КАКВО ВИДЯХМЕ?



„Свети Стефан“ (на турски: Aya Stefan, Bulgar Kilisesi), известна като Желязната църква, е православна българска църква в Истанбул, направена от готови железни елементи. „Свети Стефан“ е единствената православна желязна църква.

Представлява трикорабна базилика с кръстообразна форма и красиви орнаменти. Олтарът е обърнат към Златния рог, а над притвора се издига 40-метрова камбанария. Храмът е създаден в края на XIX век и струва на българската държава над 1 милион франка.

Пазарът „Капалъ Чърши“ е построен през 15-ти век в центъра на Истанбул. Той е най-големият и най-старият покрит пазар в света. Има 21 входа, 17 кръчми, 66 улици и близо 4000 магазина. Дава работа на около 30 000 души. Представлява огромно пространство, разделено от коридори. Интересно е, че огромна част от посетителите ходят по основните улици на пазара, от страх да не се изгубят. Лесно е!



В пристанищния район Еминьоню, срещу Галата, е разположен вторият по големина пазар в Истанбул - "Мъсър", или т.нар. Египетски пазар. На Масър чарши през Османския период се продавали подправки, внесени от Египет. Оттук идва и нейното име. На нейно място през Византийския период е имало пазар, който се явявал спирка за всички подправки, превозвани от изток на запад по Пътя на коприната. Тук се разтоварвали венецианските, египетските или френските кораби с подправки, превозващи от Александрия стока от пристигащите от Далечния изток и Индия кервани. Тук са идвали колоритните пратеници на императорската кухня. Навсякъде се е носел сладкият, тежък мирис на еленовия мускус и всепроникваща миризма на китовия амбър.

Лозенград е разположен в европейската част на днешна Турция. Само на 20 минути от красивото и уютно МалкоТърново, в полите на все още борещата се да е дива Странджа планина. Турците са го нарекли Къкларели, а гърците – Саранда Еклисиес – 40-те църкви.

Официално днес си е с турското име. За нас това бе една от задължителните спирки преди границата и завръщането в България – за пазар, почивка и чаша сладък чай или кафе.



МНОГО СМЕ, СИЛНИ СМЕ!

Така-а-а-а! Дотук-само обща информация. Най-бегла и минимална представа за това какво правихме и къде бяхме през тези три дни. Истината обаче е съвсем друга.

Октай Халид от 41 група, II курс, ни предостави снимки, които казват много повече от най-дългите разкази и словоизлияния, които можем да сътворим.

И лозунгът *“Много сме, силни сме!”* е най-подходящ за общото ни приключение!



НАЙС, А?

КОИ БЯХА НАШИТЕ ВОДАЧИ?



Това е Юлиан Бонев.

Организатор на пътуването, собственик и управител на “Травел Клуб България”.

Говори перфектен английски, също и немски, а покрай специализацията на фирмата в екскурзии и почивки в Турция, е проговорил и на турски...

Завършил е нашата специалност: 2000г.—бакалавър, 2001г.—магистър.



Това е Валерий Гочев.

Член на Съюза на екскурзоводите в България, а доскоро и негов председател.

Говори английски, руски и френски. Завършил специалност „Туризм“ в ИУ - Варна през 1987г.

Водил е редица пътувания в чужбина: маршрути в Румъния, Турция, Гърция, Сърбия, Хърватска, Словения, Македония, Италия, Франция, Швейцария, Австрия, Германия, Испания, Португалия, Израел, Ирландия, Великобритания, Йордания, Израел, Китай, Индия, Русия.

Обича любознателните туристи.



Това е Айдын Дениз.

Срещнахме го в Истанбул.

Нашият местен водач!

Ролята му в пътуващия семинар бе от основно значение за по-лесното потапяне в атмосферата на космополитния Истанбул.

На чист български език той разказа на студенти, преподаватели и гости на семинара историята и легендите за всеки посетен туристически обект.

И още нещо много важно!

Имахме си водачи и прекарахме чудесно, но това не би могло да се случи без инициативата на катедра “Икономика и организация на туризма” и без присъствието на редовните членове на катедрата: проф. д-р Стоян Маринов, доц. д-р Георгина Луканова, доц. д-р Велина Казанджиева, гл. ас. д-р Мария Велева и гл. ас. д-р Красимира Янчева.

БЛАГОДАРИМ НА ВСИЧКИ ВИ!

Специални благодарности на шофьорите
Валери и Николай за това, че ни прибраха
живи, здрави и доволни!



КАКВО НИ ВПЕЧАТЛИ?



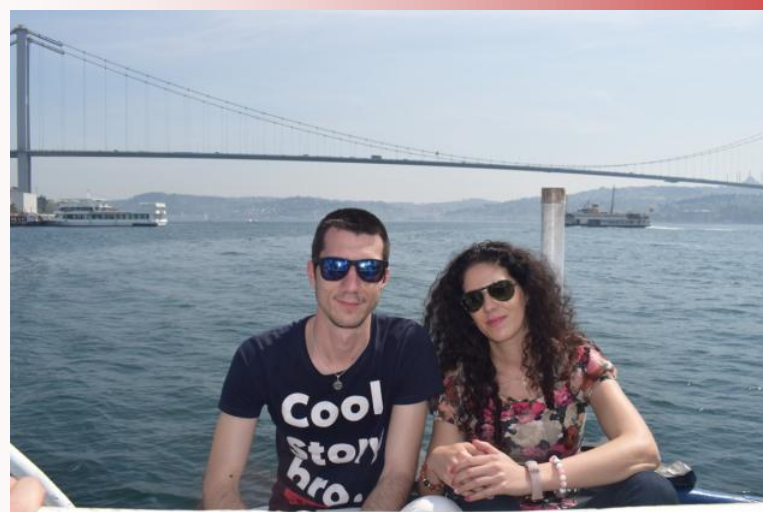
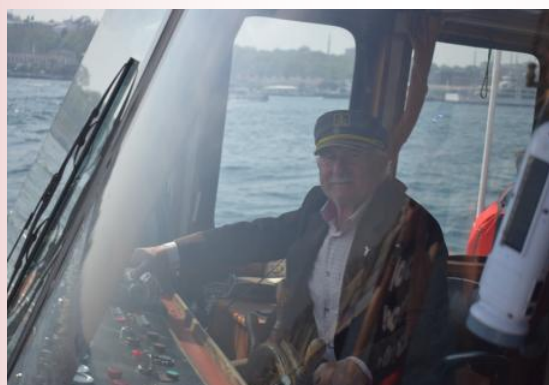
Без съмнение, едно от най-ярките изживявания бе вечерята на **ORIENT BOSPHORUS**. Численото ни предимство сред останалите националности каза своята дума! Освен насладата от представянето на различни национални танци и традиции в изкуството, имяхме възможността да танцуваме “Бяла роза”.

Внушително българско хоро, играно от млади и усмихнати хора!

Защото в катедра “Икономика и организация на туризма” създаваме преживявания!

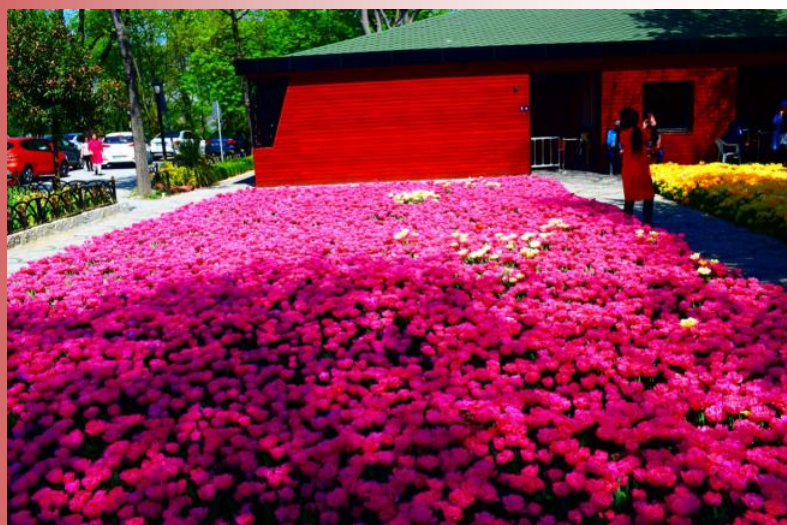
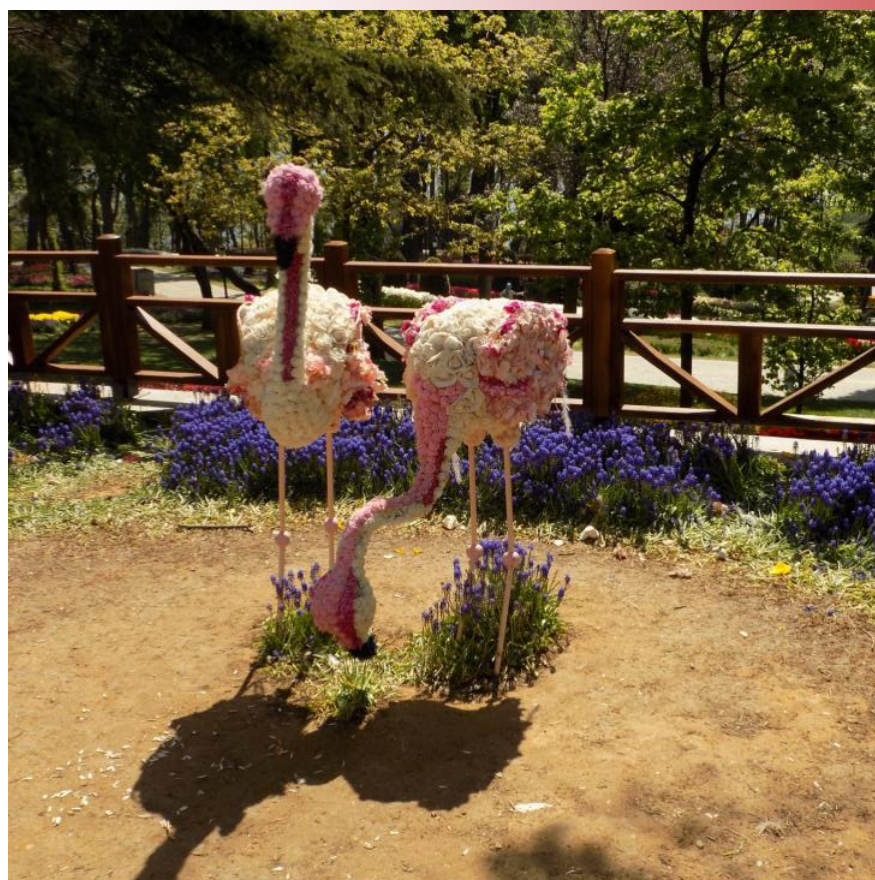
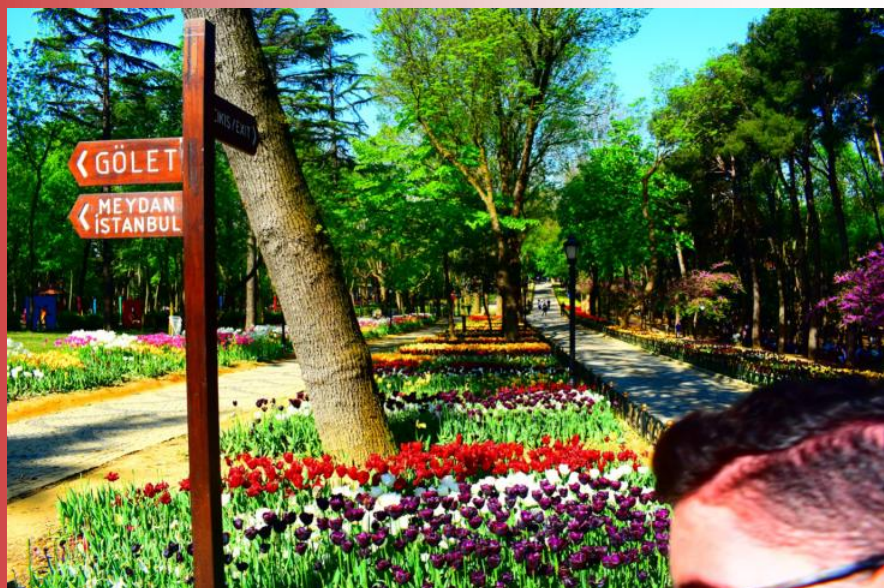


КАКВО НИ ВПЕЧАТЛИ?



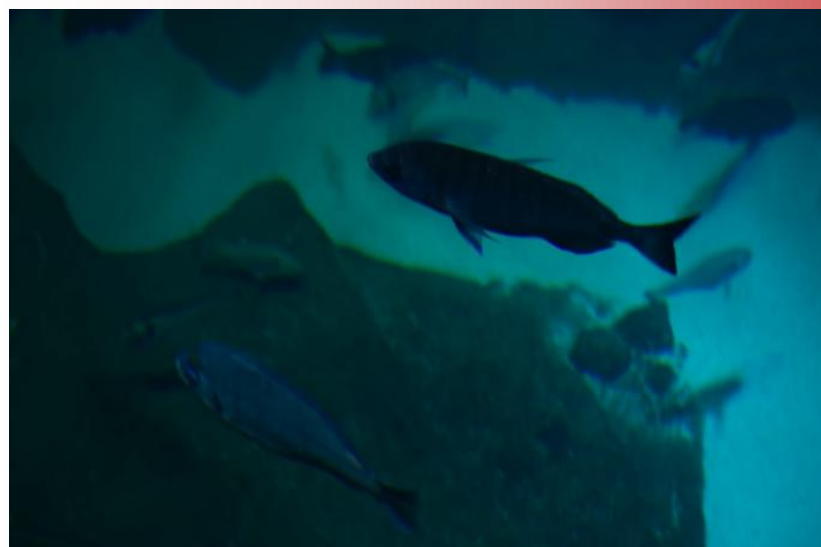
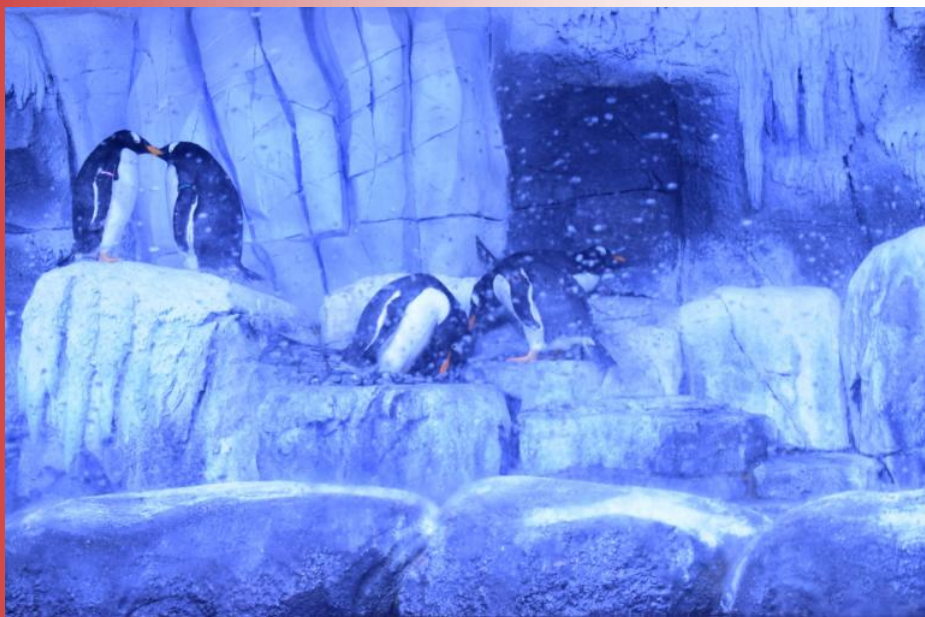
Разходката с корабче по Босфора-една от най-големите емоции в тридневния ни пътуващ семинар...

КАКВО НИ ВПЕЧАТЛИ?



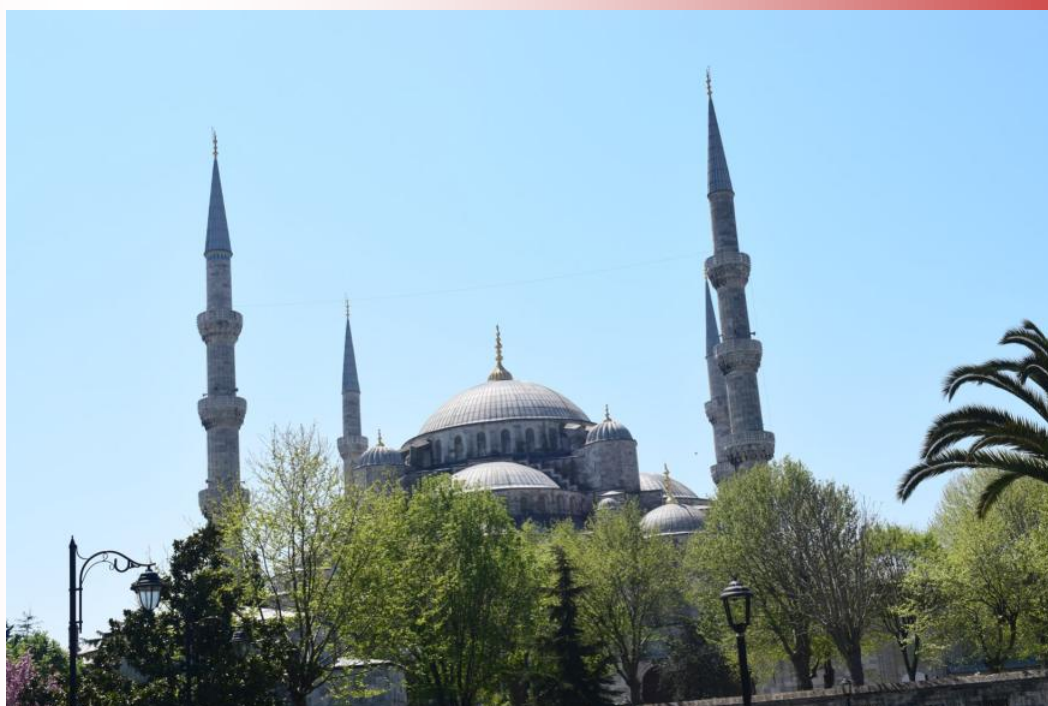
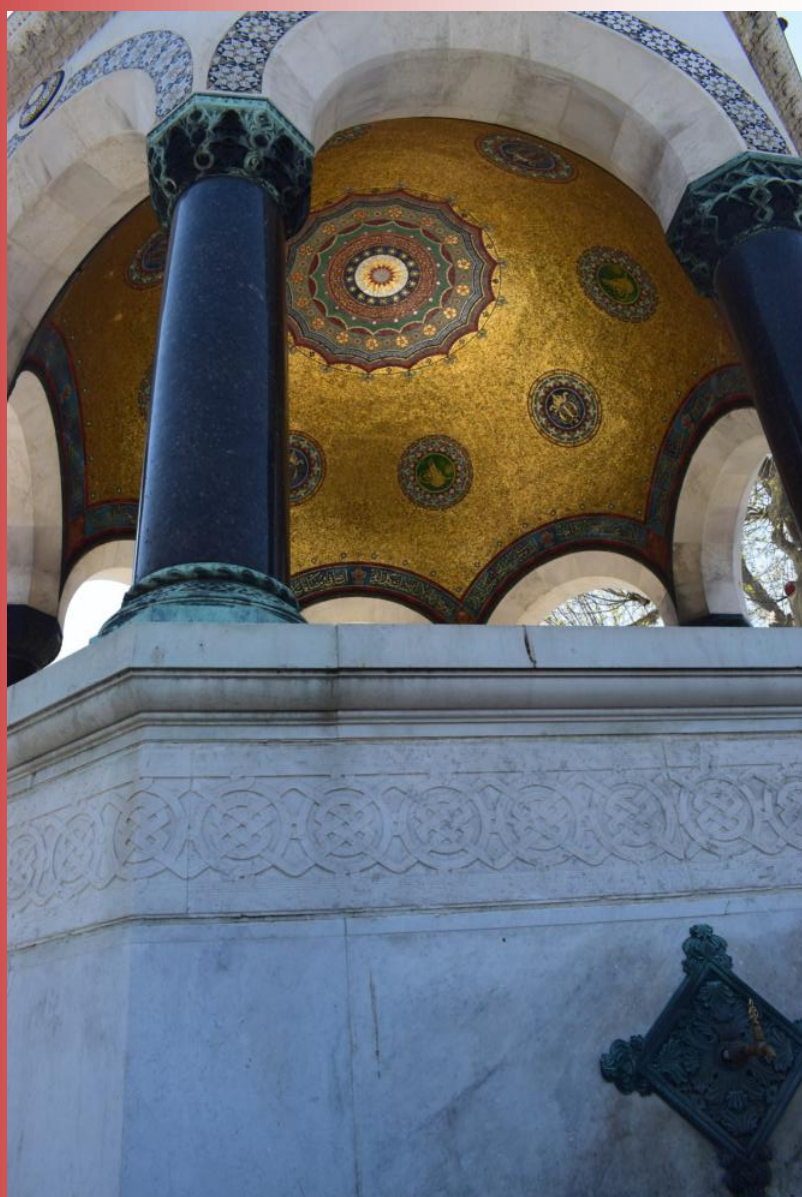
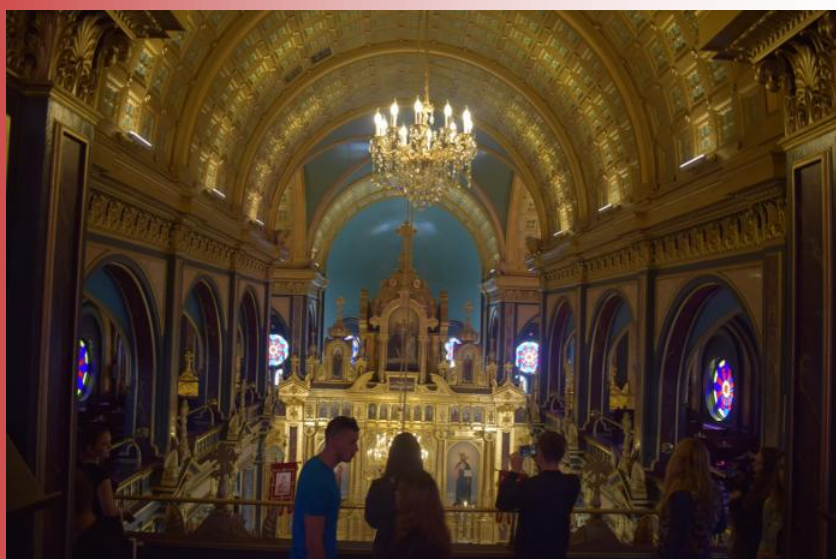
Феерията от лалета в парка Емирган

КАКВО НИ ВПЕЧАТЛИ?



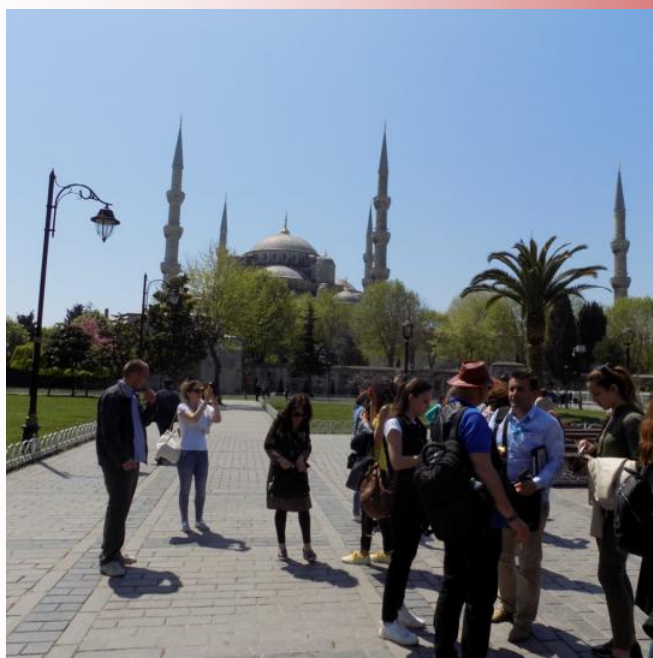
Огромните размери и видовото разнообразие в Истанбулския аквариум

КАКВО НИ ВПЕЧАТЛИ?



Синята джамия и църквата "Св. Стефан"

КАКВО НИ ВПЕЧАТЛИ?

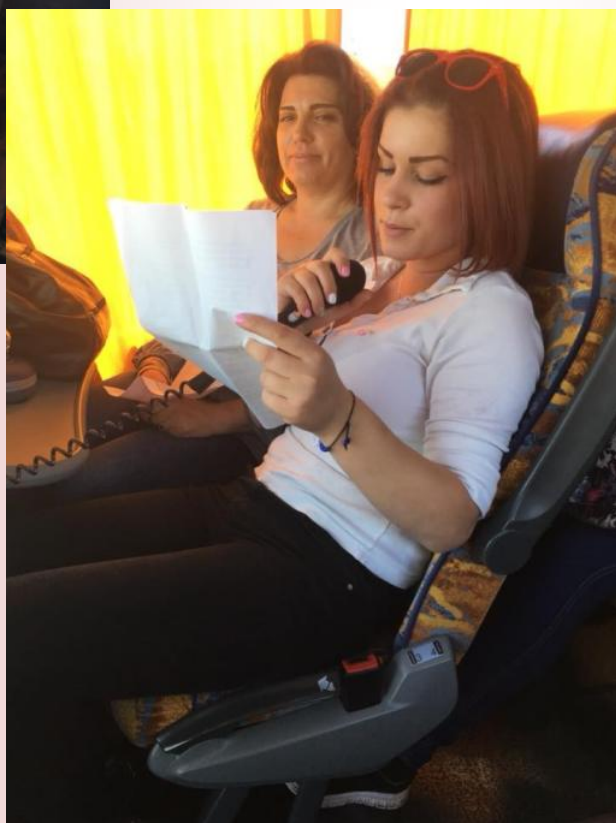


Красивите панорамни гледки от автобусната, пешеходната и каботажната обиколки

ЕДНОВРЕМЕННО И УЧЕХМЕ...

Екскурзоводи в автобуса

И тъй като това не беше просто екскурзия, а ПЪТУВАЩ СЕМИНАР, бяхме и в ролята на екскурзоводи. По пътя към Истанбул студентите представиха кратка информация за историческото развитие, туристическите обекти и нематериалното културно наследство на дестинация Турция.



И ЗАВЪРШИХМЕ ПОДОБАВАЩО...

СЕРТИФИКАТИ

В последния ден на семинара традиционно бяха раздадени сертификати на всички участници в пътуването. В двора на църквата “Св. Стефан” проф. Стоян Маринов връчи поименни сертификати, които тази година бяха три вида: 1) за активно участие и успешно преминато обучение (за гости на семинара, приятели на студентите извън ИУ-Варна); 2) за активно участие и успешно преминато обучение като стажант екскурзовод; 3) за активно участие и успешно преминато обучение като водач на туристическа група.



А КОГАТО СЕ ВЪРНАХМЕ...

... колегите от II курс написаха по едно есе на тема “Феерия от лалета - маркетингов микс на туристическата дестинация”.

В следващите страници можете да видите техните разработки, класирани на I, II и III място.

ПЪРВО МЯСТО
ПЕТЯ АНГЕЛОВА-II КУРС, 41 ГРУПА

Пътуващ семинар „Феерия от лалета“-Истанбул



Усмивки, слънце, нови запознанства и милион сбъднати мечти. Един прекрасен пътуващ семинар, след който всеки един от нас, връщайки се обратно в България, би могъл да се похвали с нови придобити знания, повече хъс и мотивация. От друга страна, благодарение на “Травел клуб България”, ние нагледно бяхме свидетели на това как всяка фирма има свой маркетингов микс. Той е комбинация от няколко важни елемента- продукт, цена, дистрибуция и промоция. Фирмата трябва да съчетае тези елементи по определен начин, за да достигне до своя целеви пазар. От този пътуващ

семинар научих, че комбинирането на основните елементи е винаги по-голяма гаранция за успех, отколкото акцентирането в стратегията на фирмата само върху един от тях и омаловажаването или изключването на някой от другите.

В периода на тези три дни, всеки един от нас имаше възможността да бъде в ролята на екскурзовод и да разкаже за единствения град в света, разположен на два континетна. Истанбул, разделящ Европа и Азия, обединяващ Черно и Мраморно море, разположен на двата бряга на пролива Босфора. Благодарение на екскурзовода, неговото топло посрещане и ценните съвети, които той ни даде, ние вече знаем, че жестът по време на екскурзията не е просто механично движение. Той има смислово и емоционално значение, носи в себе си отпечатък от индивидуалността на екскурзовода. Жестовите на екскурзовода се съпровождат от речта, предават определена информация, ориентират екскурзиантите в обекта. Жестът от една страна организира екскурзиантите, насочва тяхното внимание към обекта, а от друга - се проявява като средство за емоционално въздействие върху тях.



А КОГАТО СЕ ВЪРНАХМЕ...

... колегите от II курс написаха по едно есе на тема “Феерия от лалета - маркетингов микс на туристическата дестинация”.

В следващите страници можете да видите техните разработки, класирани на I, II и III място.

ВТОРО МЯСТО
ДЕСИСЛАВА ХАЙДУТОВА-II КУРС, 42 ГРУПА

Ферия от лалета



Още щом разбрах за семинара до Истанбул и за фестивала на лалетата си помислих, че ще е много красиво. Лалетата са ми любимите цветя, защото съм родена в средата на месец април и от малка винаги ми подаряват лалета. Зная колко са красиви и нежни, а различните хибриди, които се получават в следствие на времето и красивите цветове, са очарователни. А самата мисъл, че всичко това е събрано в парка Емирган с над 4 000 000 лалета от 190 вида ме наведе на представата за нещо много красиво, което наистина беше така.

От малка желая да посетя Турция, да видя красивия и космополитен град Истанбул, да посетя Босфора и да видя този красив мост, който свързва двата континента Европа и Азия, да опитам вкусната и традиционна храна и да се докосна до техния живот, макар и за кратко. А благодарение на този семинар, аз можах да го направя.

Посетихме най-новия и най-големия в света тематичен аквариум в Истанбул, който е създаден, така че да можеш да виждаш рибките през цялото време. На места рибките се намират под краката ти, над главата ти, отстрани, виждаш ги как плуват все едно са до теб.

Едно от най-хубавите изживявания беше при посещението на Фестивала на лалетата в парка Емирган. Там беше изключително красиво и много приятно усещане, което ще запомня. Имаше много лалета с различна форма и цвят, подредени много красиво, което създава още по-приятна атмосфера.

Посетихме църквата “Св. София” в Истанбул и Синята Джамя, за които ни разказаха много подробно. Изключително интересно ми беше и посещението на желязната църква “Св.Стефан” в Истанбул. Имаше и възможност да се впуснем в атмосферата на най-големите пазари в Истанбул-Капала чаршия и Египетския пазар. Обстановката там беше много различна и интересна. Съвсем спокойно и в двата можеш да се изгубиш, това което на мен ми направи впечатление, е изключително голямото предлагане на едни и същи продукти, но на почти еднакви цени. Интересно ми беше също да видя и разнасянето на чай по магазините и събирането на чашки след това.

„Едно от нещата, които не трябва да се пропускат при посещение в Истанбул“, както каза и единият от нашите екскурзоводи, е разходка с корабче по Босфора, както през деня, така и през нощта.

Една от мечтите ми при посещението ми в Турция беше да опитам част от турската кухня. Ядох симит и печени кестени, закупени от количка по пътя, характерни за Турция. Опитах баклава и локум, от който взех и за подарък на близките си.

Докато се разхождахме една вечер, попаднахме в една уличка с по-бедно население, въпреки че бяхме предупредени да не ходим там. Там имаше деца, които си играеха на топка. Уличката се различаваше с осветлението, имаше разлика и в цените на продуктите, като там те бяха по-ниски за разлика от тези на главната улица, където се пазарува главно от туристи.

За мен този семинар беше много приятно изживяване, изпълнено с много приятни емоции и научаване на нови знания. Научих изключително много информация, както за Истанбул, така и за професията екскурзовод. Ще запазя много приятни спомени от това изживяване.

Продуктът е самият семинар, цената е справедлива и нормална, промоция нямаше, а дистрибуцията беше предствена от доц. д-р Казанджиева.

А КОГАТО СЕ ВЪРНАХМЕ...

... колегите от II курс написаха по едно есе на тема “Феерия от лалета - маркетингов микс на туристическата дестинация”.

В следващите страници можете да видите техните разработки, класирани на I, II и III място.

ВТОРО МЯСТО
ЙОАНА ДОНЕВА-II КУРС, 41 ГРУПА

Маркетинг оценка на Пътуващ семинар Истанбул – „Феерия от лалета“



Като услуга, а не продукт, можем да кажем, че важно е крайното впечатление, усещането и асоциациите, които остават в клиентите. От гледна точка на клиент, който не е въведен във фирмената маркетингова политика, не мога да опиша пълната маркетинг „картина“, но мога да дам мнението си относно видимите за мен части.

Процесът при закупуване на услугата беше опростен. Често се извършваше предаване на информация от страна на клиентите към служителите на фирмата. Смятам, че чрез Facebook страницата и сайта на „Травел клуб България“ се поддържа имиджа на продуктите на фирмата във външния свят, като се разчиташе, освен на маркетинга на преживяванията, и на „контент“ маркетинга. Последният се състоеше от обучение на потребителите, полезно видео с обучителен елемент, карта на посещения град и създадената Facebook група за съответното пътуване.

Относно маркетинговия микс: „Продуктът“ беше диверсифициран, като всеки от „клиентите“ представяше тема, свързана с локацията, която ще се посети. Раздадените мъниста против уроци пък спомагат за преживяването и „омекотяват“ последвалата реклама. Имаше и добавена допълнителна стойност чрез раздадените магнитчета за спомен. Всъщност това е и чудесен маркетингов инструмент за реклама, тъй като постоянно е пред очите на купувача на услугата. Качеството беше високо и клиентите бяха добре информирани за туристическата програма.

Цената на услугата е по-ниска от тази на конкурентите, като имаше и добавена отстъпка за групата. Плащането за самия семинар беше максимално улеснено. За някои от събитията се извършваше и по време на пътуването, което по никакъв начин не изгуби време. А възможността да се плати в евро, лири и лева отново беше предимство.

Целевата аудитория беше определена от самото начало (студенти специалност „Туризм“ към ИУ-Варна). Каналите за комуникация бяха също максимално улеснени и с едно позвъняване на телефона съответният служител отговаряше с лекота на зададените от клиента въпроси.

Хората, които взеха участие в процеса, бяха едни от най-ценните активи, тъй като имаха много опит, който могат да предадат и в сложни ситуации имаха решение на проблема.

Физическите елементи, като например автобусите, с които се извършваше превозването, бяха в добра форма. При процеса всичко вървеше гладко и клиентът получи това, за което е заплатил.

Анкетирането е ефективен механизъм за събиране на данни и означава, че се търси мнението на клиента, за да се подобри услугата. Анкетата за удовлетвореността на клиентите беше добре изготвена с няколко вида въпроси – отворени, затворени и дихотомни въпроси.

Вярвам, че бяха изпълнени основните задачи на маркетинга. ТСВ задоволиха нашите потребности, а правейки сравнение с опита ми досега с туристически агенции, за мен беше и по най-добър начин.

А КОГАТО СЕ ВЪРНАХМЕ...

... колегите от II курс написаха по едно есе на тема “Феерия от лалета - маркетингов микс на туристическата дестинация”.

В следващите страници можете да видите техните разработки, класирани на I, II и III място.

ТРЕТО МЯСТО
АДРИАНА ГАНЧЕВА-II КУРС, 40 ГРУПА

Истанбул – феерия от лалета

Турция е един истински туристически рай, в който се преплитат величествена красота и интригуваща история. Всяка година през месец април се провежда Международният фестивал на лалето. Смятаният за най-стар в света фестивал превръща Истанбул във феерия от най-различни по вид, форма и цвят лалета. През 2018г. могат да бъдат наблюдавани 190 вида лалета, които общо наброяват над 4 милиона. Най-големите паркове на града са потънали в разкоша на лалетата и са място за концерти, изложби и други атракции.

Пролетта и лятото са най-подходящото време за пътуване в Истанбул, защото туристите могат да се запознаят с основните забележителности в града, а също така и да се докоснат до нещо различно.

През 2011г. е отворен най-новият и най-големият в света тематичен аквариум – Истанбул аквариум, който представя чрез уникална концепция 16 различни региона по света. В отделните части на аквариума туристите могат да видят флора и фауна от Черно море до Тихия океан и да се докоснат до чудната атмосфера на Амазонка.

Друго впечатляващо място в Истанбул е паркът Емирган, където специално за фестивала за засяти над 4 милиона лалета. Освен това паркът е любимо място за пикник на истанбулци. В парка се срещат култури от цял свят, защото хиляди местни и туристи отиват да се насладят на пъстрата гледка.

Вечерта туристите имат възможността да направят круиз с кораб по Босфора и да целунат любимия човек точно под мостовете, свързващи Европа и Азия, като тази целувка е символ на връзката между двама души. На корабчето пътуващи от различни части на света могат да се забавляват заедно и до края на пътешествието да завържат нови приятелства.

Освен вечерта, може и през деня туристите да направят прекрасна морска разходка по Босфора, да плават покрай кварталите на Истанбул, скъпи хотели и дворци, красиви джамии, църкви и синагоги и да снимат някои от вилите, в които се снимат турските сериали.

А ако имате съкровено желание, трябва задължително да посетите и църквата „Света София“, която е наричана още осмото чудо на света. Там се намира стълбът на желанията и се смята, че веднъж намисленото желание отива нагоре към Бог и се сбъдва. Затова човек трябва да внимава какво си пожелава, защото е много вероятно да се случи.

Пътешествието във величествения град трябва, разбира се, да бъде запомнено завинаги. Затова много туристи, особено шопинг манияците, посещават Капалъ чаршъ и Египетския пазар, откъдето си купуват различни сувенири, дрехи, чанти, наргилета, подправки, чай, кафе, както и традиционни турски лакомства – локум, баклава, пишмане и други.

Истанбул и фестивалът на лалетата са една цветна емоция, която не може да бъде описана с думи, а трябва задължително да бъде видяна и усетена на живо. В града на Босфора традицията се сблъсква с модерността, религията-със светския начин на живот – така, както на никое друго място по света. Това е един град на противоположностите и пъстротата и именно в това се крие магията на Истанбул.

А КОГАТО СЕ ВЪРНАХМЕ...

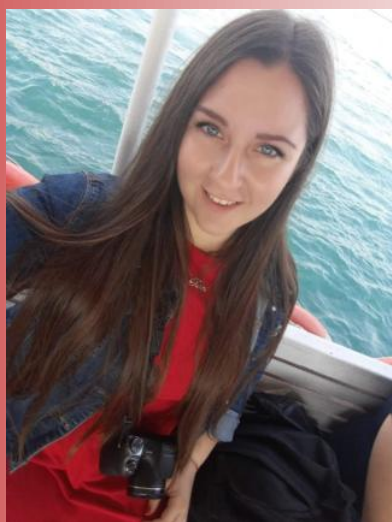
... колегите от II курс написаха по едно есе на тема “Феерия от лалета - маркетингов микс на туристическата дестинация”.

В следващите страници можете да видите техните разработки, класирани на I, II и III място.

ТРЕТО МЯСТО

ПАВЛИНА ПЕТРОВА-II КУРС, 42 ГРУПА

„Феерия от лалета“



Наскоро прочетох една мисъл във Фейсбук, че „Ако човек е видял целия свят, но не е видял Истанбул и неговата омайна красота-нищо не е видял.“

Вярно е за мен, защото бях, видях и онемах от възхита, когато бях в тази „Феерия от лалета“ в парка, специално отреден за това. Главозамайваща феерия от цветове, от ансамбли, от фигури на животни и форми и всичко това от ... лалета.

Но тази „музика“ от целия този ансамбъл е нещо божествено, което подтиква всички фибри и сетива да танцуват у нас и лекуват от възхита от видяното. С дни човек не може да излезе от това опиянение, породено от цялата тази феерия от лалета. Хора от цял свят стоят в захлас пред тази магия. Чувства се едно люлеене, благоговееене, пред божествената красота и пред умението и усета на художниците, които са създали всичко това.

Благодаря на тези човешки създания с божествен заряд, които са създали това чудо, което предизвиква възхита и преклонение, пред таланта и пред желанието и ни доставят толкова радост и такава върховна емоция от цялата тази феерия от лалета.

ТРЕТО МЯСТО

ТЕТЯНА ИЗОТОВА-II КУРС, 40 ГРУПА

Пътуващ семинар «Феерия от лалетата»



Аз имах голямо удоволствие да участвам в този семинар. Искам да изразя благодарност на всички организатори за това чудесно преживяване. Цялото пътуване премина много интересно и познавателно, благодаря на екскурзовода. Аз съм щастлива, че имах възможност да наблюдавам работата му и можах да се почувствам на неговото място, като разказах на всички за Стамбул. Това беше моят първи опит, който стана урок за мен, че трябва да не се страхувам и да не се притеснявам да говоря пред публика.

Всичките забележителности, които посетихме, бяха чудесни. Особено ми хареса Синята джамия, Църквата «Св. Стефан» и разходката по Босфора, след която се чувствах по-спокойна и умиротворена.

След този семинар аз още един път се убедих, че избраната от мен специалност е интересна и аз трябва да направя всичко, за да свържа живота си с тази сфера.

Много ми хареса фирмата, която ни предостави своите туристически услуги и за това аз бих искала да направя маркетингов микс на фирмата ТСВ.

Продукт: Туристически и транспортни услуги, услугите са на високо качество;

Цена: цените са сравнително достъпни, има намаления и промоции, напр. за Великден и др.;

Дистрибуция: гр. Варна 9002, ул. Битоля 37; поръчките могат да са правят и онлайн;

Промоция: Фирмата се рекламира чрез интернет;

Хора/персонал: Служителите са много учтиви, образовани и интересни хора, за които със сигурност може да се каже, че са намерили призванието си и получават удоволствие от работата си;

Процеси: Съставяне на различни оферти, предлагане на клиента най-добрата за него оферта, осигуряване безопасността на клиента, осигуряване на транспорт, хотел и др.;

Материални факти: Обстановката, която създава фирмата по време на пътуването, е приятна.

А КОГАТО СЕ ВЪРНАХМЕ...

... колегите от II курс написаха по едно есе на тема “Феерия от лалета - маркетингов микс на туристическата дестинация”.

В следващите страници можете да видите техните разработки, класирани на I, II и III място.

ТРЕТО МЯСТО
ИНА АЛЕКСАНДРОВА-II КУРС

Феерия от лалета – пътуващ семинар до Турция

В сферата на туризма маркетингът играе една от главните роли като съставляващ елемент. Това най-добре може да се покаже като се свържат основните елементи на маркетинг микса с елементите на туризма. Тези четири основни елемента са продукт, цена, дистрибуция и промоция. Примерът, който ще разгледаме като маркетингов микс, е пътуващият семинар до Турция - “Феерия от лалета”.

Елементът *продукт* обхваща всички специфики, свързани със стоката или услугата и начините, по които потребителите могат да възприемат в зависимост от техните нужди и желания. В случая, продуктът, който разгледаме, е услуга, повлияна от фактори като социална група, качество и ефективност. Социалната група, към която е насочена услугата, е студенти, по-конкретно специалност „Туризмът”, като целта на услугата е практическото прилагане на теоретични знания и умения, придобити във висшето учебно заведение.

Следващият елемент е *цената*. Тя се отнася до всичко, свързано с ценовата политика, която дадена фирма следва: продажбени отстъпки, намаления, плащания, кредитирания. Предвид факта, че дадената услуга е предоставена от туристическа фирма, като фактор при ценообразуването може да отбележим намаления и отстъпки при групови пътувания.

Дистрибуцията е третият елемент от маркетинговия микс, който включва каналите за разпространение на стоката или услугата, покритието на пазара, разпределението на стоковата наличност по стоковите бази. В нашия случай става въпрос за услуга, а не стока и дистрибуцията не играе голяма роля.

Четвъртият елемент от маркетинг микса е *промоцията*, той е свързан с всички действия, които спомагат за разпространяването на дадена стока по най-добрия възможен начин, така че да се изтъкнат нейните предимства, с цел потребителят да бъде убеден и привлечен да я закупи. Този елемент включва разнообразни методи за промоция като: представяне, реклама, връзки с обществеността, медийно присъствие, директен маркетинг и други. Когато говорим за туристически агенции, разполагаме с богат избор от възможности за разпространяване на услуги. Това може да бъде добре оформен сайт, билбордове, брошури, реклами из социалните мрежи и един от най-важните – добри отзиви на потребители, които вече са се възползвали от дадената услуга.

В примера, който коментираме, продукт, цена и промоция бяха много добре комбинирани, имаме добра съпоставимост цена-услуга, особено предвид факта, че услугата не беше само развлекателна, а също така и с образователна цел. Пътуването беше с добра организация, добре подбран хотел и изключително стриктна програма. Програмата беше така изготвена, че за кратко време да се посетят много забележителности и също така студентите разполагаха с достатъчно свободно време. Бяха включени както архитектурни забележителности като “Света София”, “Свети Стефан” и Синята Джамия, така и културни като Капалъ Чарши и природни забележителности като Фестивала на лалетата и разходка по Босфора. Смятам, че целта на пътуващия семинар беше постигната, тъй като студентите обогатиха своите знания относно една нова култура и добиха добър професионален опит относно провеждането на организирано пътуване. Намирам този метод на обучение за много ефикасен, тъй като задържа интереса на студента и му носи общокултурни знания, които не могат да бъдат придобити в университета, като в същото време разнообразява ежедневието му и аз с удоволствие бих се включила в друг подобен пътуващ семинар.

ПРЕКАРАХМЕ СИ СТРАХОТНО!!!



Танцувахме българско хоро в чужбина!
Играхме сиртаки на границата!
Смяхме се!
Пяхме!
Научихме нови неща!
Върнахме се заредени!



**ЗАЩОТО СМЕ КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И
ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА” И ЗАЕДНО
СЪЗДАВАМЕ ПРЕЖИВЯВАНЕ!**

**В ОЧАКВАНЕ СМЕ НА СЛЕДВАЩОТО
СПОДЕЛЕНО ПРИКЛЮЧЕНИЕ!**



СТУДЕНТСКИ ЕЛЕКТРОНЕН ВЕСТНИК “ТУРИЗМИНИ”

9002 Варна, бул. "Княз Борис I" № 77

Е-майл: clubtourism@mail.bg

Редакционна колегия

Отговорен редактор: Катина Попова

Дизайн и оформление: Теодор Тодоров

Членове

Галин Недялков, Мартин Николов, Петя Динчева, Маргарита Здравкова

Настоящото издание съдържа авторски текстове на преподаватели и докторанти от катедра “Икономика и организация на туризма”, ИУ-Варна

