РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 11 от 16.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 18 от 02.06.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Туристически информационни системи” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-Б-336**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-Б-336 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2021 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

**Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)**

***Таблица № 1***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Учебна заетост**  **/аудиторна и извънаудиторна/** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Аудиторна заетост (АЗ)** | **56** | **28** | **56** |
| 1.1. Лекции | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **94** | **122** | **94** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 47 | 61 | 47 |
| 2.2. Академични задания | 47 | 61 | 47 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 15 | 30 | 15 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 10 | 20 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 22 | 11 | 22 |
| **Всичко:** | **150** | **150** | **150** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

***Таблица № 2***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия** | | |
| **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 50% | 50% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Тест* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Дисциплината „Туристически информационни системи” има за цел да предложи на студентите научно-теоретични и практико-приложни професионални знания в областта на информационните системи в туризма.

Нейното съдържание обхваща теоретичните основи на информационните системи – същност, функции, проблеми и предизвикателства. Разглеждат се етапите и подходите при изграждането на информационните системи в туристическата фирма, както и основните компоненти на информационната ѝ инфраструктура. Включени са и най-популярните в света електронни резервационни системи.

Отделено е внимание и на интернет ресурсите в туризма, хотелските информационни системи и системите за управление на взаимоотношенията с клиентите. Посочени са и някои иновативни решения и технологии за развитието на информационните системи в туризма. Обърнато е внимание на защитата на информацията и на информационните системи в туристическата фирма.

**2.2. Предварителни изисквания**

За да бъде успешно обучението по дисциплината, студентите трябва да притежават базови познания в областта на приложението на информационните технологии в бизнеса, а също и умения за работа с компютърни системи и приложен софтуер. Изискуемите знания и умения те могат да получат след изучаването на дисциплината „Бизнес информатика“ от фундаменталния блок в първи курс.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

В процеса на обучение като основни методи на преподаване ще бъдат използвани лекциите, дискусиите, демонстрациите, практическите задания и разработки.

***2.3.2 Дистанционна форма***

електронна платформа, асинхронни и синхронни консултации, онлайн тестове, казуси

**2.4. Очаквани резултати**

Получените знания до голяма степен ще формират информационната култура на студентите, така необходима в съвременното информационно общество. Тези знания ще ги подготвят за бъдещата им работа в условията на силно компютризирана и комуникативна работна среда в туристическия бизнес. Придобитите практически умения младите специалисти биха могли да използват при своята професионална реализация в туристическия отрасъл.

**III. разпространение на дисциплината**

Университет Уелва, Испания;

Университет Миньо, Португалия;

Университет за национално и световно стопанство, София.

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема I. Дигитална трансформация на бизнеса** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1.1. Фактори за интензивно използване на информационните технологии и системи 1.1.1. Глобализация на бизнеса  1.1.2. Знанието - основен икономически ресурс  1.1.3. Особености на съвременната бизнес среда  1.1.4. Степен на организационно развитие  1.1.5. Дигитална икономика  1.2. Съвременната бизнес организация 1.2.1. ИТ архитектура 1.2.2. Електронен бизнес 1.2.3. Дигитално предприятие* |
| **Тема II. Съвременните информационни технологии в бизнеса** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *2.1. Предизвикателства на дигиталната трансформация 2.2. Стратегическа рамка за дигитална трансформация 2.3. Съвременните информационни и комуникационни технологии – основа на дигиталната трансформация. 2.3.1. Облачни услуги 2.3.2. Big data and Analytics 2.3.3. Интернет на нещата (IoT)* |
| **Тема III. Информационна инфраструктура на съвременното предприятие в туристическия бранш** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *3.1. Същност и значение на информационната инфраструктура в дейността на съвременното предприятие 3.2. Основни компоненти на информационната инфраструктура 3.2.1. Компютърен хардуер 3.2.2. Компютърен софтуер 3.2.3. Технологии за управление на данни 3.2.4. Мрежови и телекомуникационни технологии 3.2.5. Технологични услуги 3.3. Тенденции в развитието 3.3.1. Облачни услуги 3.3.2. Използване на зелени технологии* |
| **Тема IV. Теоретични основи на информационните системи** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *4.1. Същност на ИС 4.1.1. Определение 4.2.2. Жизнен цикъл на информационната система 4.2. Еволюция на ИС 4.2.1. Еволюция на човешкото измерение 4.2.2. Еволюция на технологичното измерение 4.2.3. Еволюция според състава на техническите и програмни средства и характера на решаваните задачи 4.3. Управленски информационни системи 4.3.1. Същност и характеристика на управленските информационни системи 4.3.2. Структура и функции 4.3.3. Класификация* |
| **Тема V. Информационна система на туристическата фирма – същност, проблеми и предизвикателства** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *5.1. Същност на туристическата информационна система. 5.2. Проблеми на туристическите информационни системи 5.3. Предизвикателства пред информационна система на туристическата фирма* |
| **Тема VI. Софтуерни приложения за туристическите информационни системи** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *6.1. Характеристика, особености и класификация.  6.2. Обща характеристика и функционални възможности на хотелските информационни системи.  6.3. Популярни хотелски информационни системи* |
| **Тема VII. Туристически резервационни системи** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *7.1. Същност и значение. 7.2. Възникване на уеб базираните туристически резервационни системи. 7.3. Функции на уеб базираните резервационни системи.  7.4. Обща характеристика на най-разпространените електронни резервационни системи* |
| **Тема VIII. Иновативни решения и технологии за туристическите информационни системи** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *8.1. Нови възможности за бизнес в web 2.0 8.1.1. Характеристика на Web 2.0 8.1.2. Виртуални общества 8.1.3. Възможности за бизнес в Web 2.0 8.1.4. Бизнес социални мрежи 8.2. Приложение на Web 2.0 в туризма* |
| **Тема IX. Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите в туризма** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *9.1. Същност и характеристика на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите 9.2. Задачи и функции на CRM системите 9.3. Класификация на системите за управление на взаимоотношенията с клиенти 9.4. Архитектура на CRM системата 9.5. Производители и области на приложение на CRM системите 9.6. Приложение на CRM системите в туризма* |
| **Тема X. Ново поколение CRM в туризма** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *Облачни CRM. Мобилни CRM. Социални CRM.* |
| **Тема XI. Интернет маркетинг в туризма** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *11.1. Същност, особености, модели и форми на интернет маркетинга  11.2. Уебсайтът като маркетингов инструмент 11.3. Интернет маркетинг посредством социални мрежи и платформи* |
| **Тема XII. Защита на информацията и информационните системи** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *12.1. Основни понятия.  12.2. Заплахи за сигурността на информационните системи. 12.3. Методи и техники за атакуване на информационните системи. 12.4. Технологии за защита. 12.4.1. Антивирусен софтуер 12.4.2. Защитна стена 12.4.3. Системи за откриване и противодействие на проникванията 12.4.4. Криптографски технологии* |
| **Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**V. ИЗПОЛЗВАНИ УЧЕБНО-ТЕХНИЧЕСКИ СРЕДСТВА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование на**  **Учебно-техническото средство** | **Използвани учебно-технически средства по вид на занятията** | |
| **Лекции** | **Семинарни**  **занятия** |
| 1. Мултимедийни системи за презентиране | X | X |
| 2. Интернет | X | X |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |
| 3.1  Туристически информационни системи | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Горчева, Т., Краева, В. Маркетинг в туризма. В. Търново, Фабер, 2008 |
| 2. Емилова, П. Защита на дигиталните транзакции. Свищов, Академично издателство “Д. А. Ценов”, 2017 |
| 3. Краева, В. Въведение в информационните системи. Свищов, АИ „Ценов“, 2012 |
| 4. Краева, В. Електронен бизнес в туризма. Свищов, АИ „Ценов”, 2008 |
| 5. Маринова, К. Усъвършенстване на електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите във финансовия сектор. Свищов. 2013. |
| 6. Морозова, Н., Морозов, М., Чудновский, А., Жукова, М., & Родигин, Л. Информационное обеспечение туризма. Москва: Чеховский Печатный Двор. 2014 |
| 7. Семерджиев, Ц., & Митев, Н. Информационна сигурност. София: Софттрейд. 2015 |
| 8. Benckendorff, P., Xiang, Z., & Sheldon, P. Tourism Information Technology. University of Hawaii, USA. 2019 |
| 9. Buhalis, D. eTourism: Information technology for strategic tourism management. London, Prentice Hall, 2003 |
| 10. George, B., Paul, J., Digital transformation in Business and Society: Theory and cases, 2020 |
| 11. Gretzel, U. Tourism and Social Media. Sage Handbook of Tourism Management. SAGE Publications Ltd. 2018. |
| 12. Kotler, P., & Armstrong, G. Principles of Marketing (14th изд.). Pearson. 2012 |
| 13. Laan, S. IT Infrastructure Architecture: Infrastructure building blocks and concepts. Lulu Press Inc., Second edition, 2013 |
| 14. Loudon, K, Traver, C. E-commerce: Business. Technology. Society. 2020. 15th edition. PEARSON. |
| 15. Turban, E., Volonino, L. & Wood, G., Information Technology for Management (Advancing Sustainable, Profitable Business Growth. Ninth Edition. 2013, Wiley |
| 16. O`Connor, P., Höpken, W., Gretzel, U. Information and Communication Technologies in Tourism, 2008 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Краева, В., Емилова, П., Маринова, Н., & Маринова, К. Изследване на състоянието, възможностите и перспективите за внедряване на електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите. АЛМАНАХ научни изследвания, 17, pp. 190-218. 2012. |
| 2. Краева, В. Облачни CRM - предимства и рискове при внедряването им. Международна научна конференция "Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания", (стр. 114-120). 2016. |
| 3. Ракаджийска, С., Маринов, С. Маркетинг в туризма. Варна, „Наука и икономика”, 2004 |
| 4. Deans, P. C. E-Commerce and M-Commerce Technologies, Hershey, IRM Press, 2005 |
| 5. Goel, V., Singh, A., & Shrivastava, S. CRM: A Winning Approach for Tourism Sector. International Journal of Engineering and Management Research, 5(2), 321-325. 2015 |
| 6. Marinova-Kostova, K. Internet marketing through social networks and platforms. ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ В XXI ВЕКЕ: ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ, (стр. 261-266). Донецк. 2020 |
| 7. Rahimi, R., Nadda, V., & Wang, H. CRM in tourism: Customer relationship management (CRM). От N. Ray, Emerging Innovative Marketing Strategies in the Tourism Industry (стр. 16-44). IGI Global. 2015. |
| 8. Todeva, E. Business Networks. От G. Barnett, Encyclopedia of Social Networks. SAGE Publications, Inc. 2011 |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. Datareportal. https://datareportal.com. 2021 |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (доц. д-р Петя Емилова) |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (проф. д-р Красимир Шишманов) |  |