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/ДИСТАНЦИОННАЕзик: 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 системи1.1.1. 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 организация1.2.1. ИТ архитектура1.2.2. Електронен бизнес1.2.3. Дигитално предприятие* |
| **Тема II. Съвременните информационни технологии в бизнеса** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *2.1. Предизвикателства на дигиталната трансформация2.2. Стратегическа рамка за дигитална трансформация2.3. Съвременните информационни и комуникационни технологии – основа на дигиталната трансформация.2.3.1. Облачни услуги2.3.2. Big data and Analytics2.3.3. 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 предприятие3.2. Основни компоненти на информационната инфраструктура3.2.1. Компютърен хардуер3.2.2. Компютърен софтуер3.2.3. Технологии за управление на данни3.2.4. Мрежови и телекомуникационни технологии3.2.5. Технологични услуги3.3. Тенденции в развитието3.3.1. Облачни услуги3.3.2. Използване на зелени технологии* |
| **Тема IV. Теоретични основи на информационните системи** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *4.1. Същност на ИС4.1.1. Определение4.2.2. Жизнен цикъл на информационната система4.2. Еволюция на ИС4.2.1. Еволюция на човешкото измерение4.2.2. Еволюция на технологичното измерение4.2.3. Еволюция според състава на техническите и програмни средства и характера на решаваните задачи4.3. Управленски информационни системи4.3.1. Същност и характеристика на управленските информационни системи4.3.2. Структура и функции4.3.3. 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 системи5.3. 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 2.08.1.1. Характеристика на Web 2.08.1.2. Виртуални общества8.1.3. Възможности за бизнес в Web 2.08.1.4. Бизнес социални мрежи8.2. 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 клиентите9.2. Задачи и функции на CRM системите9.3. Класификация на системите за управление на взаимоотношенията с клиенти9.4. Архитектура на CRM системата9.5. Производители и области на приложение на CRM системите9.6. 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 инструмент11.3. 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 софтуер12.4.2. Защитна стена12.4.3. Системи за откриване и противодействие на проникванията12.4.4. 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) |  |