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 № 2 от 14.09.2022 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 08.09.2022 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Туристически информационни системи” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-Б-375****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-Б-375 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.01/2022 |

**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 | 10 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри |  0  |  0  |  0  |
| 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" е включена в учебния план на специалност „Икономика на туризма (съвместна програма)“, която се реализира съвместно с Университета за национално и световно стопанство – София в рамките на проект BG05M2OP001-2.016-0004-C01 „Икономическото образование в България 2030“, финансиран по ОП „Наука и образование за интелигентен растеж“, съфинансиран от Европейския съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове.“

Дисциплината 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***

При обучението на студентите се използва дигитално учебно съдържание, за усвояването на което се прилагат различни традиционни и дигитални методи на обучение и оценяване на придобитите знания и умения (традиционни и видео лекции, казуси, симулации, ролеви игри, дебати, дискусии, демонстрации, мозъчни атаки, директни инструкции, кооперативно учене, независими и групови проекти, учене чрез преживяване, дигитални инструменти, интерактивни методи на преподаване). Учебните занятия се провеждат както във вид на традиционни лекции чрез използване на съвременни технически средства за презентация (интерактивни дъски и екрани, холограмни проектори, устройства за виртуална реалност и др.), така и във вид на синхронни лекции и семинарни занятия във виртуални класни стаи.

Записите на занятията и дигиталните обучителни ресурси се съхраняват в облачно базирани библиотеки с учебни материали, което дава възможност за асинхронен достъп до тези ресурси в удобно за обучаемите време.

***2.3.2 Дистанционна форма***

При обучението на студентите се използва дигитално учебно съдържание, за усвояването на което се прилагат различни традиционни и дигитални методи на обучение и оценяване на придобитите знания и умения (традиционни и видео лекции, казуси, симулации, ролеви игри, дебати, дискусии, демонстрации, мозъчни атаки, директни инструкции, кооперативно учене, независими и групови проекти, учене чрез преживяване, дигитални инструменти, интерактивни методи на преподаване). Учебните занятия се провеждат както във вид на традиционни лекции чрез използване на съвременни технически средства за презентация (интерактивни дъски и екрани, холограмни проектори, устройства за виртуална реалност и др.), така и във вид на синхронни лекции и семинарни занятия във виртуални класни стаи.

Записите на занятията и дигиталните обучителни ресурси се съхраняват в облачно базирани библиотеки с учебни материали, което дава възможност за асинхронен достъп до тези ресурси в удобно за обучаемите време.

**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;

Ca' Foscari University, Венеция, Италия.

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема 1. Дигитална трансформация на бизнеса** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1.1. Фактори за интензивно използване на информационните технологии и системи1.1.1. Глобализация на бизнеса1.1.2. Знанието - основен икономически ресурс1.1.3. Особености на съвременната бизнес среда1.1.4. Степен на организационно развитие1.1.5. Дигитална икономика1.2. Съвременната бизнес организация1.2.1. ИТ архитектура1.2.2. Електронен бизнес1.2.3. Дигитално предприятие* |
| **${temi#2}Тема 2. 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)* |
| **${temi#3}Тема 3. Информационна инфраструктура на съвременното предприятие в туристическия бранш** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *3.1. Същност и значение на информационната инфраструктура в дейността на съвременното предприятие3.2. Основни компоненти на информационната инфраструктура3.2.1. Компютърен хардуер3.2.2. Компютърен софтуер3.2.3. Технологии за управление на данни3.2.4. Мрежови и телекомуникационни технологии3.2.5. Технологични услуги3.3. Тенденции в развитието3.3.1. Облачни услуги3.3.2. Използване на зелени технологии* |
| **${temi#4}Тема 4. 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* |
| **${temi#5}Тема 5. Информационна система на туристическата фирма – същност, проблеми и предизвикателства** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *5.1. Същност на туристическата информационна система.5.2. Проблеми на туристическите информационни системи5.3. Предизвикателства пред информационна система на туристическата фирма* |
| **${temi#6}Тема 6. 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* |
| **${temi#7}Тема 7. Туристически резервационни системи** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *7.2. Възникване на уеб базираните туристически резервационни системи.7.3. Функции на уеб базираните резервационни системи.7.4. Обща характеристика на най-разпространените електронни резервационни системи* |
| **${temi#8}Тема 8. 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* |
| **${temi#9}Тема 9. Системи за управление на взаимоотношенията с клиентите в туризма** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *9.1. Същност и характеристика на системите за управление на взаимоотношенията с клиентите9.2. Задачи и функции на CRM системите9.3. Класификация на системите за управление на взаимоотношенията с клиенти9.4. Архитектура на CRM системата9.5. Производители и области на приложение на CRM системите9.6. Приложение на CRM системите в туризма* |
| **${temi#10}Тема 10. Ново поколение CRM в туризма** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *10.1. Облачни CRM. 10.2. Мобилни CRM. 10.3. Социални CRM.* |
| **${temi#11}Тема 11. Интернет маркетинг в туризма** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *11.1. Същност, особености, модели и форми на интернет маркетинга11.2. Уебсайтът като маркетингов инструмент11.3. Интернет маркетинг посредством социални мрежи и платформи*  |
| **${temi#12}Тема 12. 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* |
| **${temi\_sum#1}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. Учебен курс в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  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. Маринова, К. Усъвършенстване на електронните системи за управление на взаимоотношенията с клиентите във финансовия сектор. Свищов. 2013. |
|  5. Морозова, Н., Морозов, М., Чудновский, А., Жукова, М., & Родигин, Л. Информационное обеспечение туризма. Москва: Чеховский Печатный Двор. 2014 |
|  6. Benckendorff, P., Xiang, Z., & Sheldon, P. Tourism Information Technology. University of Hawaii, USA. 2019 |
|  7. Buhalis, D. eTourism: Information technology for strategic tourism management. London, Prentice Hall, 2003 |
|  8. George, B., Paul, J., Digital transformation in Business and Society: Theory and cases, 2020 |
|  9. Gretzel, U. Tourism and Social Media. Sage Handbook of Tourism Management. SAGE Publications Ltd. 2018. |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Горчева, Т., Краева, В. Маркетинг в туризма. В. Търново, Фабер, 2008 |
|  2. Краева, В. Електронен бизнес в туризма. Свищов, АИ „Ценов”, 2008 |
|  3. 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 |
|  4. Краева, В. Облачни CRM - предимства и рискове при внедряването им. Международна научна конференция "Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания", (стр. 114-120). 2016. |
|  5. Ракаджийска, С., Маринов, С. Маркетинг в туризма. Варна, „Наука и икономика”, 2004 |
|  6. Семерджиев, Ц., & Митев, Н. Информационна сигурност. София: Софттрейд. 2015 |
|  7. Deans, P. C. E-Commerce and M-Commerce Technologies, Hershey, IRM Press, 2005 |
|  8. 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 |
|  9. Kotler, P., & Armstrong, G. Principles of Marketing (14th изд.). Pearson. 2012 |
|  10. Laan, S. IT Infrastructure Architecture: Infrastructure building blocks and concepts. Lulu Press Inc., Second edition, 2013 |
|  11. Loudon, K, Traver, C. E-commerce: Business. Technology. Society. 2020. 15th edition. PEARSON. |
|  12. Marinova-Kostova, K. Internet marketing through social networks and platforms. ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ В XXI ВЕКЕ: ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ, (стр. 261-266). Донецк. 2020 |
|  13. O`Connor, P., Höpken, W., Gretzel, U. Information and Communication Technologies in Tourism, 2008 |
|  14. 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. |
|  15. Todeva, E. Business Networks. От G. Barnett, Encyclopedia of Social Networks. SAGE Publications, Inc. 2011 |
|  16. Turban, E., Volonino, L. & Wood, G., Information Technology for Management (Advancing Sustainable, Profitable Business Growth. Ninth Edition. 2013, Wiley |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

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

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………${authors#1}(доц. д-р Петя Емилова) |
|  …………………………………${authors#2}(гл. ас. д-р Кремена Маринова-Костова) |

Ръководител катедра:

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