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 № 4 от 17.12.2024 г. Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Електронен бизнес в туризма” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КБИ-М-318**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КБИ-М-318 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: АНГЛИЙСКИ | Версия:v.03/2024 |

**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 | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **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 | 0 | 45 | 0 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 27 | 0 | 27 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 16 | 20 |
| **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.:** | **60%** | **60%** | **60%** |
| * 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)* | 30% | 60% | 60% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Тест* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Туризмът е един от най-динамично развиващите се и богати на информация сегменти на икономиката. Съвременните потребители на туристически продукти и услуги поставят по-високи изисквания към туристическите фирми и техните информационни системи.

Основната цел на дисциплината „Електронен бизнес в туризма” е да предложи на студентите научни, теоретични, практически и приложни професионални знания в областта на електронния бизнес в туризма.

Съдържанието му обхваща теоретичните основи на електронния бизнес – същност, функции, проблеми и предизвикателства. Развитието на електронната търговия, като основна част от електронния бизнес, помага на туристическите организации да общуват директно с потребителите и да предлагат специализирани продукти за техните нужди. В резултат на това те могат да предоставят информация и да рекламират своите продукти без намесата на посредник и следователно са в по-добра позиция да взаимодействат с потребителите.

Фокусът е поставен и върху интернет ресурсите в туризма и по-точно върху интернет маркетинга и рекламата. Посочват се и някои стратегии и тенденции за прилагане на информационните и комуникационни технологии в различните сектори на туристическата индустрия (авиокомпании, хотелиерство, туроператори, туристически агенции и дестинации). Представени са концептуалната основа на мобилния бизнес и неговите основни характеристики и характеристики и различни мобилни услуги и приложения, които са особено полезни за туристическата индустрия. Предоставени са и най-популярните приложения за социални мрежи в туризма.

**2.2. Предварителни изисквания**

От студентите се очаква да са придобили:

• основни познания по Microsoft Office (включително Excel и Access);

• основни познания за системи за управление на бази данни;

• основни познания по бизнес информационни системи;

• основни познания и използване на Интернет и комуникационни технологии

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Основни методи на преподаване са лекции, консултации, демонстрации, директни инструкции, групови проекти, асинхронно и синхронно електронно обучение . Освен него се използват и съвременните методи на обучение, които осигуряват активна позиция на студента и го поставят в центъра на учебния процес, такива като дискусията, методът на проектирането, казусният метод, самостоятелни разработки на сайтове и приложения и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За придобиване на теоретични знания и развитие на практически умения по основните въпроси в учебния курс се използват интернет базирани информационни технологии (DL платформа, социални мрежи и сайтове за комуникиране и обучение) с прилагане на иновативни синхронни и асинхронни методи за обучение (интерактивно, инцидентно, проблемно ориентирано и казусно обучение, ролеви и игрови тип обучение) и др.

**2.4. Очаквани резултати**

Получените знания могат да се използват от студентите при професионалната им реализация и развитие в туристическия бранш в условията на новото информационно общество.

**III. разпространение на дисциплината**

School of Management, Hospitality and Tourism University of the Algarve -Фаро, Португалия

School of Tourism and Hospitality Management Sant Ignasi, Universitat Ramon Llull - Барселона, Испания

Hotel Management School Maastricht, Zuyd University of Applied Sciences- Маастрихт, Нидерландия

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема 1. Въведение в електронния бизнес** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *Променящият се свят на бизнеса  Информационни и комуникационни технологии и електронен бизнес  Място, роля и значение на електронния бизнес* |
| **Тема 2. Електронен бизнес и електронна търговия** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *Преглед на електронния бизнес и електронната търговия  Основни механизми за електронна търговия  Бизнес към потребители (B2C) приложения  Бизнес към бизнес (B2B) приложения  Основни модели на е-бизнес: от е-правителство до C2C  Електронно плащане* |
| **Тема 3. Електронен бизнес в туристическата индустрия** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *Многоизмерна рамка за е-бизнес в туризма  Електронен туризъм, воден от търсенето  Онлайн планиране и резервация на пътуване  Електронен бизнес и удовлетворение от туристите  Електронният туризъм и изискванията на туристическата индустрия  Овластяване на стратегическото управление и конкурентно предимство чрез електронния бизнес  Интернет поддържано управление на електронния туризъм* |
| **Тема 4. Интернет маркетинг в туризма** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *Внедряване на маркетингови функции в Интернет  Модели и форми на интернет маркетинг  Характеристики на интернет маркетинга  Уеб сайтът като маркетингов инструмент  Интернет реклама на туристически продукти и услуги* |
| **Тема 5. Използване на ИКТ в туристическия сектор** | 8 | 2 | 4 | 1 | 8 | 2 |
| *Електронен бизнес в авиокомпаниите  Електронен бизнес в хотелиерството  Електронен бизнес за туроператори  Електронен бизнес за туристически агенции  Е-дестинации* |
| **Тема 6. Мобилен бизнес и мобилна търговия** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *Предпоставки за използване на мобилни решения в бизнеса  Мобилният бизнес - нов етап в развитието на електронния бизнес  Определение за мобилна търговия, услуги и приложения  Дигитални платежни системи и мобилна търговия  Предизвикателства на мобилната търговия* |
| **Тема 7. Приложение на социалните мрежи в туризма** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *Социални медии  Виртуални общности и виртуални светове  Социалните мрежи  Бизнес социални мрежи  Мобилни социални мрежи  Бизнес аспекти на Web 2.0 приложенията и социалните мрежи  Приложение на социалните мрежи в туризма  Социални мрежи и социален бизнес* |
| **Общо:** | **42** | **14** | **21** | **7** | **42** | **14** |

**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: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Краева, В., Емилова, П., Маринова, К. (2021). Electronic Business in Tourism. Свищов. АИ "Ценов". |
| 2. Учебен курс “Electronic Business in Tourism“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“. https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=4227 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Colin C. (2006). Introduction to e-Business: Management and Strategy (Paperback). Butterworth-Heinemann. |
| 2. Deans, P.C. (2005). E-Commerce and M-Commerce Technologies, IRM Press. |
| 3. Gretzel, U. (2018). Tourism and Social Media. Sage Handbook of Tourism Management. SAGE Publications Ltd. |
| 4. Laudon, K, Traver, C. (2020). E-commerce: Business. Technology. Society. 15th edition. PEARSON. |
| 5. Marinova-Kostova, K. (2020). Internet marketing through social networks and platforms. ЭКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ В XXI ВЕКЕ: ПРОБЛЕМЫ, ОПЫТ, ПЕРСПЕКТИВЫ. Донецк. |
| 6. O’Connor, P. et all. (2008). Information and Communication Technologies in Tourism, Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria, Springer. Wien, NewYork. |
| 7. Rahimi, R., Nadda, V., Wang, H. (2015). CRM in tourism: Customer relationship management (CRM). От N. Ray, Emerging Innovative Marketing Strategies in the Tourism Industry. IGI Global. |
| 8. Todeva, E. (2011). Business Networks. От G. Barnett, Encyclopedia of Social Networks. SAGE Publications, Inc. |
| 9. Turban, E., Volonino, L. & Wood, G. (2013). Information Technology for Management (Advancing Sustainable, Profitable Business Growth. Ninth Edition. Wiley. |

**6.3. Нормативни документи**



**6.4. Интернет ресурси**



Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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