РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (доц. д-р Ваня Григорова) | Приета от ФС, Протокол № 3 от 26.11.2024 г. Приета от КС, Протокол № 5 от 19.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Международен туристически бизнес” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-Б-311**  **Брой кредити по учебен план: (7)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-311 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2024 |

**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)** | **70** | **35** | **70** |
| 1.1. Лекции | 42 | 21 | 42 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **105** | **140** | **105** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 53 | 70 | 53 |
| 2.2. Академични задания | 52 | 70 | 52 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 20 | 30 | 20 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 12 | 10 | 12 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 20 | 30 | 20 |
| **Всичко:** | **175** | **175** | **175** |

**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)* | 5% | 5% | 5% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 10% | 10% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 35% | 35% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Писмен тест.* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на учебния курс "Международен туристически бизнес" е натрупване на знания и овладяване на умения, които да подпомогнат завършващите икономисти да се реализират в сферата на международния туризъм: в бизнес компании и неправителствени сдружения, в административни органи на държавни институции, в международни организации в областта на туризма.

Дисциплината дава базови познания върху системната, функционална и структурна определеност на основните дейности в туристическия бизнес. Изграждат се знания за същността на туристическия бизнес, като се поставя акцент върху съдържанието и състоянието на туристическите услуги в тяхното международно измерение. Курсът дава възможност за формиране на компетенции за работа с елементите на туристическия продукт, международните туристически дестинации, туристическата дистрибуция и с останалия инструментариум за изследване на туристическите потоци, изграден от Световната организация по туризъм.

**2.2. Предварителни изисквания**

Овладени знания в областта на:

А) международната икономика, международната търговия с услуги; международното производствено коопериране; международната дистрибуция, маркетинг и реклама.

Б) икономическата статистика, определяне на трендове на развитието, структурен и клъстерен анализ.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

При обучението на студентите се използват както традиционни методи на преподаване чрез лекции, така и аудио-визуални материали и интерактивни средства. В семинарните занятия се поставя акцент върху:

1) затвърждаване и проверка на знанията от лекционния материал (чрез писмени тестове, въпроси и отговори, дискусия)

2) включване на студентите в учебния процес с цел развиване на аналитично мислене, креативност и работа в екип, което се постига чрез:

- самостоятелни задания за събиране и обработка на информация;

- групови курсови разработки и проекти;

- решаване на проблеми и формулиране на изводи чрез брейнсторминг, работа по групи, обсъждане и анализ на реални ситуации и казуси.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Акцент при обучението на студентите в дистанционна форма са синхронните лекции и консултации, провеждани чрез интегрираната платформа за електронно и дистанционно обучение Moodle.

1) В платформата е предоставен достъп до лекционните материали по дисциплината.

2) Разработени са подходящи интерактивни учебни ресурси:

- постоянно обновяван списък с интернет връзки с допълнителна и актуална информация по изучаваната тематика от институции и организации, научни или експертни публикации, аудио-визуални материали;

- казуси, курсови задания с възможности за самостоятелна или екипна работа;

- онлайн тестове за самоподготовка, тестове за проверка и оценка на знанията.

С посочените методи и техники се постига затвърждаване на знанията от лекционния материал, развиване на аналитично мислене, креативност, работа в екип.

**2.4. Очаквани резултати**

Студентите получават знания за:

- Базисните понятия на туристическия бизнес.

- Същността и функциите на международния туризъм.

- Основните международни организации, свързани с подпомагане развитието на туризма.

- Критериите за сегментиране на туристическите потоци и дестинации.

- Източниците на статистическа информация в сферата на международните туристически услуги.

- Тенденциите в развитието на отделните сектори на международния туризъм.

- Предизвикателствата и заплахите за устойчивото развитие на сектора.

**III. разпространение на дисциплината**

1) Университет за национално и световно стопанство - София: "Международен туризъм".

2) Югозападен университет „Н. Рилски“: „Международен туризъм“.

3) Huelva University, Spain, Universidad de Huelva: "International Tourism Business".

4) University of Limerick, Ireland: "International Tourism".

5) The Lucerne University of Applied Sciences and Arts – School of Business: "International Tourism Environment".

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема 1. СЪВРЕМЕННИЯТ ТУРИЗЪМ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Характер и място на международния туризъм в сферата на международния бизнес  2. Определение на основни понятия и категории  3. Фактори, обуславящи съвременното развитие на международния туризъм* |
| **Тема 2. СТАТИСТИЧЕСКИ ПОДХОД В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Статистически подход при определяне на туристическите потоци  2. Понятиен апарат при определяне на туристическите потоци  3. Методи за провеждане на статистическата отчетност в туризма* |
| **Тема 3. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР ОТ СТРАНА НА ТЪРСЕНЕТО** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Същност на търсенето на международния туристическия пазар  2. Съвременни характеристики на международния туристическия пазар от страна на търсенето  3. Еластичност на търсенето на туристическия пазар  4. Пазарно сегментиране в сферата на международния туризъм* |
| **Тема 4. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР ОТ СТРАНА НА ПРЕДЛАГАНЕТО** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *1. Пазарни проекции върху производството и предлагането при международния туризъм  2. Предлагане на туристическия продукт  3. Специфика на международния туристически пазар от страна на предлагането  4. Еластичност на предлагането в туризма по отношение на цените  5. Равновесие на международния туристически пазар* |
| **Тема 5. МЕЖДУНАРОДНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ. СЕКТОР „НАСТАНЯВАНЕ”** | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *1. Туристическа индустрия – същност и състав  2. Сектор „настаняване” в обхвата на международната туристическата индустрия* |
| **Тема 6. СЕКТОР “ИЗХРАНВАНЕ”** | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *1. Сектор „Изхранване” в туристическата индустрия  2. Франчайзинг в сферата на туризма* |
| **Тема 7. СЕКТОР „РАЗВЛЕЧЕНИЯ”** | 6 | 4 | 3 | 2 | 6 | 4 |
| *1. Същност и състав на сектор „Развлечения”  2. Видове развлечения и атракции  3. Туристически дестинации и туристически развлечения* |
| **Тема 8. СЕКТОР „ТРАНСПОРТ”** | 6 | 3 | 3 | 2 | 6 | 3 |
| *1. Сектор „Транспорт” в състава на международния туризъм  2. Либерализиране на международния авиационен пазар* |
| **Тема 9. СЕКТОР „ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ”** | 6 | 3 | 3 | 2 | 6 | 3 |
| *1. Място и роля на туроператора и туристическия агент в международната туристическа индустрия  2. Организация и система на продажбите на международния туристически пазар  3. Качество на туроператорския продукт* |
| **Общо:** | **42** | **28** | **21** | **14** | **42** | **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 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Учебен курс по „Международен туристически бизнес (ФММ-КМИО-Б-311)“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов": https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=5069 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Горчева, Т. (2018). Характеристика на туристическата привлекателност на съвременните градове. Икономическа мисъл, бр. 3/2018. |
| 2. Левков, К. (2015). Големите и малките шампиони в туризма. Списание "Ново знание", Академичното издателство на ВУАРР. |
| 3. Горчева, Т. (2013). Международен туризъм. Фабер, В. Търново. |
| 4. Горчева, Т. (2007). Стратегии за фирмена експанзия в туристическия бизнес. Стопански свят, Академично издателство "Ценов", Свищов. |
| 5. Маринов, Ст. (2006). Маркетингово управление на конкурентноспособността на туристическа дестинация. Славена, Варна |
| 6. Ракаджийска, С. & авт. колектив. (2005) Препозициониране на туристическа дестинация България. Наука и икономика, Икономически университет - Варна. |
| 7. Рибов, М. (2003). Управление на конкурентоспособността в туризма. Тракия. |
| 8. Воденска, М. (2001). Икономически, социални и природни влияния на туризма. Университетско издателство "Св. Климент Охридски", София. |
| 9. Горчева. Т. (2001). Модели на алтернативен туризъм в Европа и възможности за прилагането им в България. В “Модели на процеса на интегриране на Република България в европейските структури” - Юбилеен алманах , том 10, Академично издателство, Свищов. |
| 10. Scerri, M., Edwards, D., Foley, C. (2016). The Value of Architecture to Tourism. 26th Annual CAUTHE Conference. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/298952575\_THE\_VALUE\_OF\_ARCHITECTURE\_TO\_TOURISM |
| 11. Button, K. (2009). The impact of US–EU “Open Skies” agreement on airline market structures and airline networks. Journal of Air Transport Management, Volume 15, Issue 2, March 2009, Pages 59-71. Retrieved from https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969699708001282 |
| 12. Горчева, Т. (2010). Маркетинг в туризма. Фабер, В. Търново. |
| 13. Горчева, Т. (2011). Глобален туризъм. Фабер, В. Търново. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за туризма. (2024). Извлечено от https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/zakoni/zakon-za-turizma |
| 2. Годишна програма за национална туристическа реклама 2024 година. (2024). Министерство на туризма. Извлечено от https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/godishna-programa-za-nacionalna-turisticheska-reklama-za-2024 |
| 3. Международна туристическа политика (2019). Министерство на туризма. Извлечено от http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/mezhdunarodna-turisticheska-politika |
| 4. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. (2018). Министерство на туризма. Извлечено от https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/aktualizirana-nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na |
| 5. Концепция за туристическо райониране на България. (2015). Министерство на туризма. Извлечено от https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/koncepcia.pdf |
| 6. Global Code of Ethics for Tourism. (2018). Retrieved from http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism |
| 7. Споразумение за въздушен транспорт. (2007). Официален вестник на Европейския съюз. Извлечено от https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:134:0004:0041:BG:PDF |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. Министерство на туризма. (2024). Извлечено от http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti |
| 2. Туризъм - Европейска комисия. (2024). Извлечено от https://commission.europa.eu/eu-regional-and-urban-development/topics/tourism\_bg |
| 3. Туризъм - НСИ. (2024). Извлечено от https://www.nsi.bg/bg/content/1847/туризъм |
| 4. Инфостат. (2024). Извлечено от https://infostat.nsi.bg/infostat/pages/external/login.jsf |
| 5. Национален туристически регистър. (2024). Извлечено от https://ntr.tourism.government.bg/ |
| 6. Туристически портал на България. (2024). Извлечено от https://bulgariatravel.org/bg/ |
| 7. Eurostat. (2023). Tourism Satellite Accounts in Europe – 2023 edition. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/w/ks-ft-22-011 |
| 8. Световен кодекс на етиката в туризма. (2019). Извлечено от https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/bulgaria\_0.pdf |
| 9. UN Tourism. (2024). Retrieved from https://www.unwto.org/ |
| 10. The World Travel & Tourism Council. (2024). Retrieved from http://www.wttc.org/ |
| 11. International Air Transport Association. (2024). Retrieved from http://www.iata.org/ |
| 12. International Hotel & Restaurant Association. (2024). Retrieved from https://www.ih-ra.org/ |
| 13. HOTREC. (2024). Retrieved from https://www.hotrec.eu/ |
| 14. Second Global Gastronomy Tourism Start-Up Competition. (2024). Retrieved from https://www.gastronomytourismventures.org/en/ |
| 15. Green Globe. (2024). Retrieved from https://www.greenglobe.com/ |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Ивайло Петров) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Драгомир Илиев) |  |