РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ” | Катедра  “МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (проф. д-р Маргарита Богданова) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 10.09.2020 г. Приета от КС, Протокол № 1 от 04.09.2020 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.03/2020 |

**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 | 26 | 35 | 20 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 12 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 26 | 35 | 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)* | 10% | 30% | 30% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 15% | 20% | 20% |
| **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 по посочената дисциплина е овладяване на арсенал от знания и умения, които да подпомогнат завършващите икономисти за реализация в сферата на международния туризъм, в международни програми по развитието на туризма, в административни структури на държавни и частни и публично-частни организации.Студентите трябва да са получили знания по фундаменталните общо образователни и икономически дисциплини и да са положили съответните изпити по набора дисциплини от този блок.

Дисциплината дава базови познания върху системната, функционална и структурна определеност на основните дейности в туристическия бизнес. На тази основа се изграждат знания върху същността на понятийния апарат, върху състава и действието на туристическия бизнес в неговото международно измерение. Той предполага изработване 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, вкл. по проблемите на международното разделение на труда; международната търговия с услуги; международното производствено коопериране; международна дистрибуция и маркетинг.

Б) икономическата статистика, вкл. по теми, свързани с отчитане на икономическия растеж, определяне на трендове в развитието, структурен и клъстерен анализ.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Казуси, дискусии, лекции, групови проекти.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Учебна среда Moodle;

Учебни казуси - дискусия в посочената учебна среда.

**2.4. Очаквани резултати**

Студентите получават знания за:

- Функционирането на системата на международния туризъм.

- Същността на международния туризъм и основните региони за развитието му по разделението на Световната туристическа организация (СТО);

- Развитието на международния туризъм по основни икономически показатели във формираните шест световни региона и техните подрегиони;

- Извличането и обработването на статистическата информация за водещите дестинации по параметри и да правят аргументирана характеристика за тях.

Той предполага изработване на компетенции за работа с елементите на туристическия бизнес и с останалия специализиран инструментариум.

**III. разпространение на дисциплината**

А) Huelva University, Spain, Universidad de Huelva, Dr. Cantero Cuadrado, 21071 Huelva - International Tourism Business

Б) University of Limerick, Ireland; Course Director: Professor Jim Deegan; Department of Economics (with the National Centre for Tourism Policy Studies); Email: jim.deegan@ul.ie - International Tourism

В) Югозападен Университет „Н. Рилски“, Специалност „Туризъм“ - „Международен туризъм“

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема I. МЕЖДУНАРОДНИЯТ ТУРИЗЪМ И СИСТЕМНИЯТ ПОДХОД ПРИ НЕГОВОТО ИЗУЧАВАНЕ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *ОСОБЕНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС И ТЯХНОТО РЕАЛИЗИРАНЕ В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА. ФОРМИ НА РЕАЛИЗАЦИЯ НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В СФЕРА НА ТУРИЗМА. СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ В МЕЖДУНАРОДНАТА ИКОНОМИЧЕСКА СРЕДА И ОТРАЖЕНИЕТО ИМ ВЪРХУ ТУРИЗМА, КАТО ИКОНОМИЧЕСКА СИСТЕМА* |
| **Тема II. СТАТИСТИЧЕСКИ ПОДХОД ПРИ ОТЧИТАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПОТОЦИ В МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *СТАТИСТИКА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПОТОЦИ. СТАТИСТИКА НА ДОХОДИТЕ ОТ МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИЗЪМ. ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ ЗА ПРОГНОЗИРАНЕ В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА И ЗА ОТЧИТАНЕ НА ЕФЕКТИТЕ ПОД ВЪЗДЕЙСТВИЕ ПРОЦЕСИТЕ НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ.* |
| **Тема III. СПЕЦИФИКА И СЪСТАВ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ, КАТО ИНДУСТРИЯ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *ОБХВАТ И СЪСТАВ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ КАТО ИНДУСТРИЯ. ОРГАНИЗАЦИЯ, СТРУКТУРИ И ДЕЙНОСТИ ПО НАСТАНЯВАНЕТО* |
| **Тема IV. ОРГАНИЗАЦИЯ, СТРУКТУРИ И ДЕЙНОСТИ ПО ИЗХРАНВАНЕТО** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *ФОРМУЛИ ЗА НАСТАНЯВАНЕ И ИЗХРАНВАНЕ В ТУРИЗМА – ФОРМИ НА ОБЩЕСТВЕНОТО ХРАНЕНЕ. ВИДОВЕ ЗАВЕДЕНИЯ ЗА ХРАНЕНЕ. ФРАНЧАЙЗИНГЪТ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ.* |
| **Тема V. СЕКТОР РАЗВЛЕЧЕНИЯ И АТРАКЦИИ. СЕКТОР ПЪТНИЧЕСКИ ТРАНСПОРТ** | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *ХАРАКТЕР И СПЕЦИФИКА НА ДЕЙНОСТИТЕ ПО РАЗВЛЕЧЕНИЯТА. ПРОГРАМЕН ТУРИЗЪМ. ТУРИСТИЧЕСКА АНИМАЦИЯ. ВИДОВЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ И АТРАКЦИИ.  РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА ТРАНСПОРТА В МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС. РЕТРОСПЕКЦИЯ НА ТРАНСПОРТНАТА ДЕЙНОСТ – ВИДОВЕ ТРАНСПОРТ. СПЕЦИФИКА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ВЪЗДУШЕН ТРАНСПОРТ- СТРАТЕГИЧЕСКИ АЛИАНСИ.* |
| **Тема VI. СЕКТОР ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ** | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *ПОСРЕДНИЧЕСТВОТО В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА. КАНАЛИ ЗА ДИСТРИБУЦИЯ. ПРИЛОЖЕНИЕ НА ТЪРГОВСКАТА МАРКА В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА.* |
| **Тема VII. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР ОТ СТРАНА НА ТЪРСЕНЕТО И ПРЕДЛАГАНЕТО** | 6 | 4 | 3 | 2 | 6 | 4 |
| *ГЕОГРАФСКА ОПРЕДЕЛЕНОСТ ОТ СТРАНА НА ПРЕДЛАГАНЕТО. ГЕОГРАФСКА ОПРЕДЕЛЕНОСТ ОТ СТРАНА НА ТЪРСЕНЕТО. ЛОКАЛИЗИРАНЕ НА ОТДЕЛНИТЕ ФОРМИ НА ТУРИЗЪМ ОТ ГЛЕДНА ТОЧКА НА СПЕЦИФИКАТА НА РЕСУРСИТЕ И НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРОДУКТИ – ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ, ТУРИСТИЧЕСКИ ПАКЕТЕН ПРОДУКТ, ТУРИСТИЧЕСКИ ВАУЧЕР.* |
| **Тема VIII. СЪВРЕМЕННИ ТРАНСФОРМАЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ** | 6 | 3 | 3 | 2 | 6 | 3 |
| *КОНЦЕПЦИЯТА ЗА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ И ПАЗАРНИТЕ ПРИНЦИПИ С СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ. КОНЦЕНТРАЦИЯ В ТУРИЗМА И МЕХАНИЗМИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ.* |
| **Тема IX. ПРОЦЕСИ НА ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ** | 6 | 3 | 3 | 2 | 6 | 3 |
| *МЯСТОТО НА ТНК В СИСТЕМАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ. ВЛИЯНИЕ НА ТНК ВЪРХУ НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА. МЕЖДУНАРОДНО ДВИЖЕНИЕ НА КАПИТАЛА В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА.* |
| **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. Горчева, Т.; Формиране на маркетингови стратегии на международните туристически пазари, Библиотека Стопански свят, изд. Академично издателство Ценов, Свищов, 1997, Свищов. |
| 2. Горчева, Т.; Масовият туризъм и специализираните форми на туристическия бизнес, в: Годишник на С. А. “Д.А.Ценов”, том СII, 2004, Академично Издателство Ценов, Свищов, 107-213 . |
| 3. Горчева. Т.; 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, 2001. |
| 4. Горчева. Т; Стратегии за фирмена експанзия в туристическия бизнес, Стопански свят, Изд. С. А. «Д. А. Ценов», Свищов, 2007. |
| 5. Горчева. Т; Маркетинг в туризма, Изд. Фабер, В.Търново, 2010. |
| 6. Горчева. Т; Международен туризъм, Изд. Фабер, В.Търново, 2013. |
| 7. Горчева, Т.; Характеристика на туристическата привлекателност на съвременните градове; сп. Икономическа мисъл бр.3/2018 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Воденска, М.; Икономически, социални и природни влияния на туризма, Университетско издателство "Св. Климент Охридски", София, 2001. |
| 2. Маринов, Ст. Маркетингово управление на конкурентноспособността на туристическа дестинация, Славена. Варна, 2006. |
| 3. Горчева, Т. Глобален туризъм, Изд. Фабер, В.Търново, 2011 |
| 4. Ракаджийска, С. авт. колектив, Препозициониране на туристическа дестинация България, Изд. Наука и икономика, Икономически университет; Варна, 2005. |
| 5. Рибов, М. Управление на конкурентоспособността в туризма, Изд. Тракия, 2003. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Международна туристическа политика – Министерство на туризма. На: http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/mezhdunarodna-turisticheska-politika |
| 2. Годишна програма за национална туристическа реклама 2017 година -На основание чл. 6, т. 3 от Закона за туризма, министърът на туризма утвърждава Годишна програма за национална туристическа реклама. |
| 3. Концепция за туристическо райониране на България-На основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ). |
| 4. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. |
| 5. Global Code of Ethics for Tourism - http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. Министерство на туризма на РБ - http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti |
| 2. Световна организация по туризъм - http://www2.unwto.org/ |
| 3. Global Code of Ethics for Tourism http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism |
| 4. The World Travel & Tourism Council (WTTC) - Read more at: http://www.wttc.org/. Copyright @ WTTC 2016 |
| 5. International Air Transport Association (IATA) - http://www.iata.org/about/Pages/index.aspx |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (проф. д.ик.н. Таня Горчева) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Здравко Любенов) |  |