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-343****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-Б-343 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | Версия:v.02/2020 |

**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)** | **80** | **115** | **80** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 40 | 58 | 40 |
| 2.2. Академични задания | 40 | 57 | 40 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 40 | 57 | 15 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 0 | 0 | 10 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 0 | 0 | 15 |
| **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% | 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** |
| **${temi#1}Тема I. МЕЖДУНАРОДНИЯТ ТУРИЗЪМ И СИСТЕМНИЯТ ПОДХОД ПРИ НЕГОВОТО ИЗУЧАВАНЕ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *ОСОБЕНОСТИ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС И ТЯХНОТО РЕАЛИЗИРАНЕ В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА. ФОРМИ НА РЕАЛИЗАЦИЯ НА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В СФЕРА НА ТУРИЗМА. СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ В МЕЖДУНАРОДНАТА ИКОНОМИЧЕСКА СРЕДА И ОТРАЖЕНИЕТО ИМ ВЪРХУ ТУРИЗМА, КАТО ИКОНОМИЧЕСКА СИСТЕМА* |
| **${temi#2}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.* |
| **${temi#3}Тема III. СПЕЦИФИКА И СЪСТАВ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ, КАТО ИНДУСТРИЯ** | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| *ОБХВАТ И СЪСТАВ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ КАТО ИНДУСТРИЯ. ОРГАНИЗАЦИЯ, СТРУКТУРИ И ДЕЙНОСТИ ПО НАСТАНЯВАНЕТО* |
| **${temi#4}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.* |
| **${temi#5}Тема V. СЕКТОР РАЗВЛЕЧЕНИЯ И АТРАКЦИИ. СЕКТОР ПЪТНИЧЕСКИ ТРАНСПОРТ** | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| *ХАРАКТЕР И СПЕЦИФИКА НА ДЕЙНОСТИТЕ ПО РАЗВЛЕЧЕНИЯТА. ПРОГРАМЕН ТУРИЗЪМ. ТУРИСТИЧЕСКА АНИМАЦИЯ. ВИДОВЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ И АТРАКЦИИ.РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА ТРАНСПОРТА В МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС. РЕТРОСПЕКЦИЯ НА ТРАНСПОРТНАТА ДЕЙНОСТ – ВИДОВЕ ТРАНСПОРТ. СПЕЦИФИКА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ВЪЗДУШЕН ТРАНСПОРТ- СТРАТЕГИЧЕСКИ АЛИАНСИ.* |
| **${temi#6}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.* |
| **${temi#7}Тема VII. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР ОТ СТРАНА НА ТЪРСЕНЕТО И ПРЕДЛАГАНЕТО** | 6 | 4 | 3 | 2 | 6 | 4 |
| *ГЕОГРАФСКА ОПРЕДЕЛЕНОСТ ОТ СТРАНА НА ПРЕДЛАГАНЕТО. ГЕОГРАФСКА ОПРЕДЕЛЕНОСТ ОТ СТРАНА НА ТЪРСЕНЕТО. ЛОКАЛИЗИРАНЕ НА ОТДЕЛНИТЕ ФОРМИ НА ТУРИЗЪМ ОТ ГЛЕДНА ТОЧКА НА СПЕЦИФИКАТА НА РЕСУРСИТЕ И НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРОДУКТИ – ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ, ТУРИСТИЧЕСКИ ПАКЕТЕН ПРОДУКТ, ТУРИСТИЧЕСКИ ВАУЧЕР.* |
| **${temi#8}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.* |
| **${temi#9}Тема IX. ПРОЦЕСИ НА ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ** | 6 | 3 | 3 | 2 | 6 | 3 |
| *МЯСТОТО НА ТНК В СИСТЕМАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ. ВЛИЯНИЕ НА ТНК ВЪРХУ НАЦИОНАЛНАТА ИКОНОМИКА. МЕЖДУНАРОДНО ДВИЖЕНИЕ НА КАПИТАЛА В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА.* |
| **${temi\_sum#1}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. Internationalization in the Field of Tourism Business, Library Education and Science, Tsenov Academic Publishing House, Svishtov, 2012. |
|  2. Strategies for Corporate Expansion in the Tourist Business, Economic World Library, № 85, D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, 2007. |
|  3. Measuring the Internationalization of Bulgarian Tourism and “Bulgaria” Business Destination. Tourism and Management Studies. № 9, 2011, Universidad do Algarve- Escolla Superior de Gestado, Hotelería e Turismo, pp. 45-58. |
|  4. The Economic Nature of International Tourism. Enlightening in Tourism – A Pathmaking Journal. 2011, University of Huelva. http://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/et |
|  5. Bulgarian Tourism – between Classics and the Popular Genre. Business Management, D. A. Tsenov Academy of Economics, Issue 4, 2013, Tsenov Academic Publishing House – Svishtov, pp. 19-34. |
|  6. Cities as an Attractive Tourism Destination. Business Management. D. A. Tsenov Academy of Economics, Issue 1, 2015, Tsenov Academic Publishing House – Svishtov, pp. 21-39. |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Lanfant, M-F., J. Allcock, E. Bruner. International Tourism - Identity and Change, 1995, SAGE Publications Ltd. UK. |
|  2. Reisinger, I. International Tourism Cultures and Behaviour. Text Book Centre, 2011. Canada. |
|  3. Francesconi, S. Reading Tourism Texts: A Multimodal Analysis, 2014 Publisher: Channel View Publications, Bristol. UK |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. International Tourism Policy - Ministry of Tourism – Bulgaria http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/mezhdunarodna-turisticheska-politika
National Strategy for Sustainable Development of Tourism in the Republic of Bulgaria 2014-2030 |
|  2. Concept of Tourism Regions in Bulgaria - Art. 16, paragr. 1 of the Tourism Act. |
|  3. Tourism Topics Guide: Issues Affecting Tourism Industry. Charles Darwin University, Australia |
|  4. Global Code of Ethics for Tourism - http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. UNWTO - http://www2.unwto.org/ |
|  2. Global Code of Ethics for Tourism http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism |
|  3. The World Travel & Tourism Council (WTTC) - Read more at: http://www.wttc.org/. Copyright @ WTTC 2016 |
|  4. International Air Transport Association (IATA) - http://www.iata.org/about/Pages/index.aspx |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………${authors#1}(проф. д.ик.н. Таня Горчева) |

Ръководител катедра:

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