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 № 11 от 16.06.2021 г. Приета от КС, Протокол № 16 от 31.05.2021 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Глобален туризъм” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-309**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-309 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.02/2021 |

**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 | 17 | 31 | 12 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 17 | 0 | 12 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 13 | 30 | 12 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 0 | 0 | 11 |
| **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% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 20% | 20% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 40% |
| **2. Семестриален изпит**  *(% от комплексната оценка)*  *Форма на провеждане:*  *Изпитен тест с комбинация от отворени и затворени въпроси.* | **40%** | **40%** | **40%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Целта на лекционния курс по “Глобален туризъм” е да предостави знания върху системната, функционална и структурна определеност на глобалния туристически бизнес. На тази база се изграждат компетенции за анализ на функционирането на системата като цяло и на отделните нейни подсистеми, което дава възможност за моделиране на политики за регулиране.

**2.2. Предварителни изисквания**

Усвояването на знанията по посочения лекционен курс се базира на познания, получени от специалните дисциплини в бакалавърската степен, и в този смисъл те ги прецизират и развиват на по-високо ниво. В учебния план на магистърската програма са заложени знания относно характера и особеностите на глобалния туристически бизнес в неговите отделни аспекти, но в логическа последователност, изведена от учебния план на магистърската програма. Акцентът на настоящия курс пада върху теоретични постановки и казуси от практиката, които развиват познанията, придобити от бакалавърската степен, но на по-високо академично ниво, насочено към разширяване на хоризонта и получаване на конкретни професионални умения за анализ и сравнение на данни и информация с цел изработване на ситуационни решения.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Използва се комбинация от лекции, семинари със студентски дейности, както и казуси. Лекциите ще предоставят основни познания по централни теми в областта на глобалния туризъм. Участието в семинарите е задължително. Казусите и семинарите са групови.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Използваните методи на преподаване са асинхронни онлайн лекции, самостоятелно и групово асинхронно онлайн решаване на казуси, онлайн дебати и групови дискусии, групови и индивидуални онлайн проекти.

**2.4. Очаквани резултати**

Дисциплината дава надграждащи познания върху системната, функционална и структурна определеност на основните дейности в туристическия бизнес в неговия глобален контекст. Той предполага изработване на компетенции за работа с елементите на туристическия продукт и технологии, международните туристически дестинации, формите на програмния и устойчивия туризъм, както и с инструментариума за екологосъобрзните форми и стандарти в бизнеса, изградени от Световната организация по туризъм.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Inholland University of Applied Science – Amsterdam/Diemen, The Netherlands. Master program “Tourism management” English-taught programme - International degree.

2. Lincoln Business School, Brayford Pool Campus - UK, Program “International Tourism Management”

3. School of Hospitality and Tourism Management in University of Surrey, United Kingdom; Program “International Tourism Management”.

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема I. МОДЕЛИ НА ГЛОБАЛЕН ТУРИЗЪМ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Същностни понятия и характеристики в обхвата на туризма 2. Методологична основа за изучаване на глобалния туристически бизнес 3. Модел за изучаване на туризма, отчитащ източниците на импулси за регулиране на бизнеса* |
| **Тема II. ВЛИЯНИЯ ВЪРХУ МАСОВИЯ МОДЕЛ НА ГЛОБАЛНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Влияния на външната среда 2. Влияния на вътрешната среда 3. Специфика на глобалния туризъм от пазарна гледна точка* |
| **Тема ІІІ. МОДЕЛИ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС СПОРЕД ГЕОГРАФСКАТА ЛОКАЛИЗАЦИЯ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Общи характеристики на модела за масов туризъм 2. Специфични характеристики и различия на модела за масов туризъм в зависимост от географската локализация* |
| **Тема ІV. ТРАНСФОРМАЦИЯ НА МОДЕЛА ЗА ГЛОБАЛЕН ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС** | 5 | 2 | 2 | 1 | 5 | 2 |
| *1.Проекция на промените във външната среда върху масовия модел на туризма 2.Трансформация в разбирането за успешен глобален туризъм въз основа на промените в пазарната среда 3.Перспективи за развитието на глобалния туризъм въз основа на промените на средата* |
| **Тема V. ВЪЗНИКВАНЕ НА НОВА КОНЦЕПЦИЯ В ГЛОБАЛНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *1. Технологично ниво - динамика на иновациите 2. “ Производство” на услуги - синергия при създаването на стойност  3. Управленска практика - смяна в управленската концепция 4. Маркетинг и дистрибуция - гъвкавост в пазарното поведение* |
| **Тема VІ. ТЪРСЕНЕ И ПРЕДЛАГАНЕ НА БЪЛГАРСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ НА ГЛОБАЛНИЯ ПАЗАР** | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| *1.Ситуационен анализ на предлагането на български туристически продукти 2.Емитивни пазари за дестинация “България” 3.Характер и особености на предлагането на туристически продукти за дестинация “България” 4.Противоречия и проблеми при предлагането на туристическите продукти за дестинация “България”* |
| **Тема VII. ПРОГРАМЕН ТУРИЗЪМ** | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Характер и особености на програмния туризъм 2. Рекреационен туризъм – база за развитие на съвременния туристически бизнес 3. Видове услуги и програма на обслужването 4. Мотивация на програмния туризъм 5. Специализирани форми на туристическия бизнес* |
| **Тема VIII. СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ФОРМИ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС - АЛТЕРНАТИВНИ МОДЕЛИ** | 5 | 1 | 2 | 0 | 5 | 1 |
| *1. Причини за възникването на специализираните форми на международен туристически бизнес 2. Екологичните стандарти за развитието на туристическия бизнес 3. Същност, определение и класификация на специализираните форми  4. Алтернативен модел на масовия туристически бизнес* |
| **Тема XI. РАСТЕЖ И ЕКСПАНЗИЯ В ТУРИЗМА – ГЛОБАЛНИ КОНЦЕПЦИИ** | 5 | 1 | 2 | 0 | 5 | 1 |
| *1. Категории и концепции за растежа и експанзията в туризма  2. Подходи за дефиниране на фирмената експанзия в глобалния туристически бизнес 3. Детерминанти, обуславящи експанзията в глобалния туристически 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: |  |  |
| 3.1 | X | X |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

**6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
| 1. Воденска, М.; Икономически, социални и природни влияния на туризма, Университетско издателство "Св.Климент Охридски", София, 2001. |
| 2. Александрова, А.Ю. Международый туризм, Аспект Прес, Москва, 2002. |
| 3. Gechev, R. Sustainable Development. University of Indianapolis Press, Indianapolis, 2005. |
| 4. Доганов, Д., Б. Дуранкиев, Хр. Катранджиев. Интегрирани маркетингови комуникации, УИ Стопанство, София, 2003. |
| 5. Kundu, S.K. Explaining the globalization of service industries: the case of multinational hotels. Rutgers, The State university of New Jersey, U.M.I., 1994. |
| 6. Gorcheva, T. Internationalization of Bulgarian Tourism BusinessManagement & Economics Research Journal, Vol. 3. Iss.1. 2021. , |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. 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 на С.А., том 10, Академично издателство - Свищов, 2001. |
| 2. Gilbert, D., Joshi I. Quality management and the tourism and hospitality industry. // in: Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management, Vol.4, London, Belhaven, 2012. |
| 3. Mankin, N., D. Romer, Weil, N. A contribution to the empirics of economic growth. Quarterly Journal of Economics, Nr. 2, 2010. |
| 4. Buckley, P., Casson, M.C. Analyzing foreign market entry strategies: extending the internalization approach. Journal of International business Studies, 1998, vol.29, 3. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за Защитените територии, (1998г.). |
| 2. Закон за биологичното разнообразие (2002 г.). |
| 3. Националната стратегия за еко туризъм (2003 г.); Изд. Българска туристическа камара, София, 2004. |
| 4. Transparency International, WORLD BANK, The Economist Intelligence Unit. |
| 5. World Travel and Tourism Council, World Travel and Tourism Council Tax Barometer, London, 2007. |
| 6. European tourism 2009: Trends and Prospects. Report 2009. European Travel Commission. |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. http://www.world-tourism.org/mkt/menu.html, Tourism market trends. |
| 2. http://www.unwto.org/media/news/en/press\_det.php?id=2532&idioma=E Tourism 2020 Vision - the World Tourism Organization long-term forecast and assessment of tourism development |
| 3. Creating competitive advantage for your destination. International Conference 7 - 9 February 2007, Budapest, Hungary. |
| 4. http://www.unwto.org/destination/management.htm |
| 5. World Tourism Organization – Firm Tourism Demand - Advanced Results, World Tourism Barometer, June 2008. Madrid, 2 July 2008. http://www.unwto.org/media/news/en/press\_det.php?id=2532&idioma=E |
| 6. World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007. Geneva, Switzerland. http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Traveland Tourism Report/index.htm, March. |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (проф. д.ик.н. Таня Горчева) |
| …………………………………  (гл. ас. д-р Ивайло Петров) |

Ръководител катедра:

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