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 № 4 от 17.12.2024 г. Приета от КС, Протокол № 7 от 10.12.2024 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.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 | 24 | 31 | 24 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 11 | 15 | 11 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 12 | 15 | 12 |
| **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)* | 5% | 5% | 5% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 25% | 20% | 25% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 35% | 30% |
| **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**

Предпоставка за усвояването на знанията в лекционния курс са компетенциите, получени от специалните дисциплини в бакалавърската степен. В магистърската програма като цяло са заложени знания относно характера и особеностите на глобалния туристически бизнес в неговите отделни аспекти. 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***

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. Това се постига със:

- 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**

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: “Tourism Management”.

2. Lincoln Business School, Brayford Pool Campus, United Kingdom: “International Tourism Management”.

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

4. Johnson & Wales University, USA: "Global Tourism Marketing & Branding"

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема 1. 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 2. 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 3. 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 4. 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 5. 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 6. ПРОГРАМЕН ТУРИЗЪМ** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 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 7. ТЪРСЕНЕ И ПРЕДЛАГАНЕ НА БЪЛГАРСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ НА ГЛОБАЛНИЯ ПАЗАР** | 4 | 1 | 2 | 0.5 | 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 8. СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ФОРМИ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС - АЛТЕРНАТИВНИ МОДЕЛИ** | 5 | 1 | 2 | 0.5 | 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 9. РАСТЕЖ И ЕКСПАНЗИЯ В ТУРИЗМА – ГЛОБАЛНИ КОНЦЕПЦИИ** | 5 | 1 | 2 | 0.5 | 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. Учебен курс по „Глобален туризъм (ФММ-КМИО-М-309)“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов": https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=3277 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Gorcheva, T. (2021). Internationalization of Bulgarian Tourism Business. Management & Economics Research Journal, Faculty of Economics, Commercial and Management Sciences, Ziane Achour University of Djelfa, vol. 3(1), pages 1-24. |
| 2. Горчева, Т. (2015). Глобален туризъм. Учебно пособие за дистанционно обучение. В. Търново, Фабер, 2015. |
| 3. Горчева, Т. (2001). Модели на алтернативен туризъм в Европа и възможности за прилагането им в България. Алманах "Научни изследвания", том 10, Академично издателство "Ценов", 2001. |
| 4. Воденска, М. (2001). Икономически, социални и природни влияния на туризма. Университетско издателство "Св. Климент Охридски", София. |
| 5. Holloway, J. & Humphreys, C. (2022). The Business of Tourism. 12th Edition. SAGE Publications Ltd |
| 6. Reisinger, Y. & Dimanche, F. (2020). International Tourism: Cultures and Behavior. Routledge. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. МРРБ. (2023). Закон за защитените територии. Извлечено от https://www.mrrb.bg/bg/zakon-za-zastitenite-teritorii/ |
| 2. МОСВ. (2022). Закон за биологичното разнообразие. Извлечено от https://www.moew.government.bg/static/media/ups/tiny/filebase/Nature/Legislation/Zakoni/BiodiversityAct\_Rev2023.pdf |
| 3. 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 |
| 4. Transparency International. (2024). What we do. Retrieved from https://www.transparency.org/en/what-we-do |
| 5. Global Code of Ethics for Tourism. (2018). Retrieved from http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism |

**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. Туристически портал на България. (2024). Извлечено от https://bulgariatravel.org/bg/ |
| 4. Световен кодекс на етиката в туризма. (2019). Извлечено от https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/bulgaria\_0.pdf |
| 5. Green Globe. (2024). Retrieved from https://www.greenglobe.com/ |
| 6. The World Travel & Tourism Council. (2024). Retrieved from http://www.wttc.org/ |
| 7. UN Tourism. (2024). Retrieved from https://www.unwto.org/ |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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