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“Международен туристически бизнес” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-311****Брой кредити по учебен план: (6)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-311 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: 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 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. Дисциплината дава базови познания върху системната, функционална и структурна определеност на основните дейности в туристическия бизнес. 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**

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. На тази основа се изграждат знания върху същността на понятийния апарат, върху състава и действието на туристическия бизнес в неговото международно измерение.

**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 международния туристически бизнес. 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 базови познания върху системната, функционална и структурна определеност на основните дейности в туристическия бизнес. 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.

**III. разпространение на дисциплината**

1) Huelva University, Spain

Universidad de Huelva

Dr. Cantero Cuadrado

21071 Huelva

International Tourism Business

2) 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

3) 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. СЪВРЕМЕННИЯТ ТУРИЗЪМ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Характер и място на международния туризъм в сферата на международния бизнес2. Определение на основни понятия и категории3. Фактори, обуславящи съвременното развитие на международния туризъм* |
| **Тема II. СТАТИСТИЧЕСКИ ПОДХОД В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1.Статистически подход при определяне на туристическите потоци2. Понятиен апарат при определяне на туристическите потоци3. Методи за провеждане на статистическата отчетност в туризма* |
| **Тема III. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР ОТ СТРАНА НА ТЪРСЕНЕТО** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Същност на търсенето на международния туристическия пазар2. Съвременни характеристики на международния туристическия пазар от страна на търсенето3. Еластичност на търсенето на туристическия пазар4. Пазарно сегментиране в сферата на международния туризъм* |
| **Тема IV. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР
ОТ СТРАНА НА ПРЕДЛАГАНЕТО** | 5 | 2 | 3 | 1 | 5 | 2 |
| *1. Пазарни проекции върху производството и предлагането при международния туризъм2. Предлагане на туристическия продукт 3. Специфика на международния туристически пазар от страна на предлагането4. Еластичност на предлагането в туризма по отношение на цените5. Равновесие на международния туристически пазар* |
| **Тема V. МЕЖДУНАРОДЕНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ. СЕКТОР „НАСТАНЯВАНЕ”** | 4 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 |
| *1.Туристическа индустрия – същност и състав2.Сектор „настаняване” в обхвата на международната туристическата индустрия* |
| **Тема VI. СЕКТОР “ИЗХРАНВАНЕ” - СЪСТАВНА ЧАСТ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Сектор „изхранване” в туристическата индустрия2. Франчайзинг в сферата на туризма.* |
| **Тема VII. СЕКТОР „РАЗВЛЕЧЕНИЯ”, КАТО СЪСТАВНА ЧАСТ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Същност и състав на сектор „развлечения”2. Видове развлечения и атракции3. Туристически дестинации и туристически развлечения* |
| **Тема VIII. СЕКТОР „ТРАНСПОРТ”, КАТО СЪСТАВНА ЧАСТ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 5 | 1 | 0 | 0 | 5 | 1 |
| *1. Сектор „транспорт” в състава на международния туризъм2. Либерализиране на международния авиационен пазар.* |
| **Тема IX. СЕКТОР „ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ” В МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 5 | 1 | 0 | 0 | 5 | 1 |
| *1. Място и роля на туроператора и турагента в международната туристическа индустрия2. Организация и система на продажбите на международния туристически пазар3. Качество на туроператорския продукт* |
| **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. 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 . |
|  2. 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. |
|  3. Горчева. Т; Стратегии за фирмена експанзия в туристическия бизнес, Стопански свят, Изд. С. А. «Д. А. Ценов», Свищов, 2007. |
|  4. Горчева. Т; Маркетинг в туризма, Изд. Фабер, В.Търново, 2010. |
|  5. Горчева. Т; Международен туризъм, Изд. Фабер, В.Търново, 2013. |
|  6. Gorcheva, T. Internationalization of Bulgarian Tourism Business, Management & Economics Research Journal, Vol. 3, Iss.1 |

 **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. Ракаджийска, С. авт. колектив, Препозициониране на туристическа дестинация България, Изд. Наука и икономика, Икономически университет; Варна, 2005. |
|  4. Рибов, М. Управление на конкурентоспособността в туризма, Изд. Тракия, 2003. |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Концепция за туристическо райониране на България-На основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ). |
|  2. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. |
|  3. 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) - http://www.wttc.org/. |
|  5. International Air Transport Association (IATA) - http://www.iata.org/about/Pages/index.aspx |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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