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“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: АНГЛИЙСКИ/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 учебния курс "Международен туристически бизнес" е натрупване на знания и овладяване на умения, които да подпомогнат завършващите икономисти да се реализират в сферата на международния туризъм: в бизнес компании и неправителствени сдружения, в административни органи на държавни институции, в международни организации в областта на туризма.

Дисциплината дава базови познания върху системната, функционална и структурна определеност на основните дейности в туристическия бизнес. Изграждат се знания за същността на туристическия бизнес, като се поставя акцент върху съдържанието и състоянието на туристическите услуги в тяхното международно измерение. Курсът дава възможност за формиране 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:

- международната икономика, международната търговия с услуги; международното производствено коопериране; международната дистрибуция, маркетинг и реклама.

- икономическата статистика, определяне на трендове на развитието, структурен и клъстерен анализ.

**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**

Студентите получават знания за:

- Базисните понятия на туристическия бизнес.

- Същността и функциите на международния туризъм.

- Основните международни организации, свързани с подпомагане развитието на туризма.

- Критериите за сегментиране на туристическите потоци и дестинации.

- Източниците на статистическа информация в сферата на международните туристически услуги.

- Тенденциите в развитието на отделните сектори на международния туризъм.

- Предизвикателствата и заплахите за устойчивото развитие на сектора.

**III. разпространение на дисциплината**

1) Университет за национално и световно стопанство - София: "Международен туризъм".

2) Югозападен университет „Н. Рилски“: „Международен туризъм“.

3) Huelva University, Spain, Universidad de Huelva: "International Tourism Business".

4) University of Limerick, Ireland: "International Tourism".

5) The Lucerne University of Applied Sciences and Arts – School of Business: "International Tourism Environment".

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема 1. СЪВРЕМЕННИЯТ ТУРИЗЪМ В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ БИЗНЕС** | 5 | 2 | 3 | 0.5 | 5 | 2 |
| *1. Характер и място на международния туризъм в сферата на международния бизнес
2. Определение на основни понятия и категории
3. Фактори, обуславящи съвременното развитие на международния туризъм* |
| **Тема 2. СТАТИСТИЧЕСКИ ПОДХОД В СФЕРАТА НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ** | 5 | 2 | 3 | 0.5 | 5 | 2 |
| *1. Статистически подход при определяне на туристическите потоци
2. Понятиен апарат при определяне на туристическите потоци
3. Методи за провеждане на статистическата отчетност в туризма* |
| **Тема 3. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР ОТ СТРАНА НА ТЪРСЕНЕТО** | 5 | 2 | 3 | 0.5 | 5 | 2 |
| *1. Същност на търсенето на международния туристическия пазар
2. Съвременни характеристики на международния туристическия пазар от страна на търсенето
3. Еластичност на търсенето на туристическия пазар
4. Пазарно сегментиране в сферата на международния туризъм* |
| **Тема 4. МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР ОТ СТРАНА НА ПРЕДЛАГАНЕТО** | 5 | 2 | 2 | 0.5 | 5 | 2 |
| *1. Пазарни проекции върху производството и предлагането при международния туризъм
2. Предлагане на туристическия продукт
3. Специфика на международния туристически пазар от страна на предлагането
4. Еластичност на предлагането в туризма по отношение на цените
5. Равновесие на международния туристически пазар* |
| **Тема 5. МЕЖДУНАРОДЕНИ ИЗМЕРЕНИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ. СЕКТОР „НАСТАНЯВАНЕ”** | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| *1. Туристическа индустрия – същност и състав
2. Сектор „настаняване” в обхвата на международната туристическа индустрия* |
| **Тема 6. СЕКТОР “ИЗХРАНВАНЕ” - СЪСТАВНА ЧАСТ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Сектор „изхранване” в туристическата индустрия
2. Франчайзинг в сферата на туризма.* |
| **Тема 7. СЕКТОР „РАЗВЛЕЧЕНИЯ” КАТО СЪСТАВНА ЧАСТ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 4 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 |
| *1. Същност и състав на сектор „развлечения”
2. Видове развлечения и атракции
3. Туристически дестинации и туристически развлечения* |
| **Тема 8. СЕКТОР „ТРАНСПОРТ” КАТО СЪСТАВНА ЧАСТ НА МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *1. Сектор „транспорт” в състава на международния туризъм
2. Либерализиране на международния авиационен пазар.* |
| **Тема 9. СЕКТОР „ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ” В МЕЖДУНАРОДНАТА ТУРИСТИЧЕСКА ИНДУСТРИЯ** | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 |
| *1. Място и роля на туроператора и турагента в международната туристическа индустрия
2. Организация и система на продажбите на международния туристически пазар
3. 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. Учебен курс по „Международен туристически бизнес (ФММ-КМИО-М-311)“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов": https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=3533 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Горчева, Т., Любенов, З., Петров, И. (2023). Тенденции и перспективи в международната производствена специализация на България. Библиотека Стопански свят, 2023, бр.147, с.1-134. Академично издателство "Ценов". |
|  2. Горчева, Т. (2018). Характеристика на туристическата привлекателност на съвременните градове. Икономическа мисъл, бр. 3/2018. |
|  3. Левков, К. (2015). Големите и малките шампиони в туризма. Списание "Ново знание", Академичното издателство на ВУАРР. |
|  4. Горчева, Т. (2013). Международен туризъм. Фабер, В. Търново. |
|  5. Горчева, Т. (2011). Глобален туризъм. Фабер, В.Търново. |
|  6. Воденска, М. (2001). Икономически, социални и природни влияния на туризма. Университетско издателство "Св. Климент Охридски", София. |
|  7. Holloway, J., Humphreys, C. (2022). The Business of Tourism. 12th Edition. SAGE Publications Ltd. |
|  8. 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. |
|  9. Reisinger, Y., Dimanche, F. (2020). International Tourism: Cultures and Behavior. Routledge. |
|  10. Scerri, M., Edwards, D., Foley, C. (2016). The Value of Architecture to Tourism. 26th Annual CAUTHE Conference. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/298952575\_THE\_VALUE\_OF\_ARCHITECTURE\_TO\_TOURISM |
|  11. Button, K. (2009). The impact of US–EU “Open Skies” agreement on airline market structures and airline networks. Journal of Air Transport Management, Volume 15, Issue 2, March 2009, Pages 59-71. Retrieved from https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969699708001282 |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Закон за туризма. (2024). Извлечено от https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/zakoni/zakon-za-turizma |
|  2. Годишна програма за национална туристическа реклама 2024 година. (2024). Министерство на туризма. Извлечено от https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/godishna-programa-za-nacionalna-turisticheska-reklama-za-2024 |
|  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. Споразумение за въздушен транспорт. (2007). Официален вестник на Европейския съюз. Извлечено от https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2007:134:0004:0041:BG:PDF |
|  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. Туризъм - НСИ. (2024). Извлечено от https://www.nsi.bg/bg/content/1847/туризъм |
|  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. UN Tourism. (2024). Retrieved from https://www.unwto.org/ |
|  6. The World Travel & Tourism Council. (2024). Retrieved from http://www.wttc.org/ |
|  7. International Air Transport Association. (2024). Retrieved from http://www.iata.org/ |
|  8. International Hotel & Restaurant Association. (2024). Retrieved from https://www.ih-ra.org/ |
|  9. HOTREC. (2024). Retrieved from https://www.hotrec.eu/ |
|  10. Second Global Gastronomy Tourism Start-Up Competition. (2024). Retrieved from https://www.gastronomytourismventures.org/en/ |
|  11. Green Globe. (2024). Retrieved from https://www.greenglobe.com/ |
|  12. Eurostat. (2023). Tourism Satellite Accounts in Europe – 2023 edition. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/w/ks-ft-22-011 |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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