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“Управление на международни туристически дестинации” | |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-312**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-312 |
| 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% | 30% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 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**

Лекционният курс по настоящата дисциплина обхваща познания, свързани с управлението на туристическите дестинации, свързани с международния туризъм. 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. Ключовото място, което заемат концепциите за управление на съвременния туристически бизнес, като магистрални направления в посочената област, обуславят необходимостта от тяхното изследване и изучаване.

**2.2. Предварителни изисквания**

На входа при изучаване на дисциплината студентите трябва да са получили знания по фундаменталните общо образователни и икономически дисциплини, както в областта на икономиката, така и по-специално в областта на туризма, и да са положили съответните изпити по набора дисциплини от този блок. Лекционният курс по настоящата дисциплина обхваща познания върху системната, функционалната и структурната определеност на международната туристическа дестинация.

**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 управлението на международни туристически дестинации. 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**

След усвояване на знанията по дисциплината, които включват опознаване и използване на понятийния апарат, свързан с концепциите за управление на международните туристически дестинации, се изграждат умения за вземане на решения, за анализиране на специализирани данни и за изготвяне на анализи за успешно управление. Дисциплината изучава същността и теоретичните постановки на туристическата дестинация; структурата и функциите на управлението на международната туристическа дестинация; методите, подходите и техниките за анализиране на средата при изучаване и управление на туристическата дестинация; законодателната основа за формиране на отделните туристически дестинации, което позволява на студентите не просто да са запознати с управленските теории в областта на туризтическата дестинация, но и да могат да ги прилагат на практика.

**III. разпространение на дисциплината**

1) Университетът в град Уелва, Испания, Специалност “Туризъм”.

2) Университетът в Лимерик, Ирландия, специалност „Мениджмънт на туризма“.

4) Университет за приложни науки „Инхоланд“, Амстедам/Димен, Холандия, Магистърска програма „Мениджмънт на туризма“.

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема I. ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ – СЪЩНОСТ И ДЕФИНИЦИЯ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Основни понятия и категории 1.1. Подходи за определение на туристическата дестинация 1.2. Съдържателни елементи на туристическата дестинация 2. Туристическата дестинация като система* |
| **Тема II. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Теоретични познавателни модели на туристическата дестинация 1.1. Пространствени модели на туристическата дестинация 1.2. Модели на туристическите емитенти и реципиенти 1.3. Структурни модели за формиране на туристическите дестинации и модели 1.4. Модели за формиране на туристическите дестинации, основани на различия в потребителското поведение 2. Елементи на туристическата дестинация и фактори за формиране* |
| **Тема III. СТРУКТУРА И ФУНКЦИИ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Структура на управлението на туристическата дестинация 1.1. Субекти и обекти на управление на туристическата дестинация 1.2. Аспекти в управлението на туристическата дестинация 2. Фази и функции в управлението на туристическата дестинация* |
| **Тема ІV. СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Същност на стратегическото управление на туристическата дестинация 2. Формиране на стратегии за развитие на туристическата дестинация 2.1. Опорни точки в процеса на стратегическо управление на дестинацията 2.2. Детерминанти, обуславящи формирането на стратегиите за развитие на туристическата дестинация 3. Полета на деловата активност, свързани със стратегията за развитие на туристическата дестинация* |
| **Тема V. АНАЛИЗ НА СРЕДАТА ЗА ФУНКЦИОНИРАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Външна и вътрешна среда на туристическата дестинация 1.1. Фактори на средата на туристическата дестинация 1.2. Управленски концепции при анализа на средата 2. Методи за анализ на средата, в която функционира туристическата дестинация 2.1. Универсални методи за анализ на средата 2.2. Специализирани методи за анализ на средата* |
| **Тема VІ. ПРАВНА РАМКА И НОРМАТИВНА БАЗА ПРИ ФОРМИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ “БЪЛГАРИЯ”** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Равнища на управлението в сферата на туризма в България 2. Правна рамка за функционирането на туризма в България 3. Значение на туристическото райониране за формирането на туристическите дестинации 3.1. Същност на туристическото райониране 3.2. Туристическото райониране в България* |
| **Тема VII. ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ И НЕЙНИЯТ ПРОДУКТ** | 6 | 2 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| *1. Пазарни проекции върху производството на туристически продукти според туристическите ресурси на дестинацията 2.Предлагане на туристическия продукт  3.Пакетен продукт при организирания туризъм 4.Специфика на международните туристически дестинации от страна на предлагането* |
| **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. |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Маринов, Ст. Маркетингово управление на конкурентноспособността на туристическа дестинация, Славена. Варна, 2006. |
| 2. Ракаджийска, С. авт. колектив, Препозициониране на туристическа дестинация България, Изд. Наука и икономика, Икономически университет; Варна, 2005. |
| 3. Рибов, М. Управление на конкурентоспособността в туризма, Изд. Тракия, 2003. |
| 4. Henriksena, P.F., Halkiera, H. From Local Promotion Towards Regional Tourism Policies: Knowledge Processes and Actor Networks in North Jutland, Denmark, Roudledge, 2009. |
| 5. Марков, Ив., Н. Апостолов, Туристически ресурси, Астарта, 2008. |
| 6. Михайлов, М. Стратегическо управление на туризма, Нов български университет, София, 2005. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Туристическо райониране на Република България. Държавна агенция по туризъм, май 2008. |
| 2. Закон за туризма. |
| 3. Международна туристическа политика – Министерство на туризма. На: http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/mezhdunarodna-turisticheska-politika |
| 4. Концепция за туристическо райониране на България-На основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ). |

**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/. |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
| …………………………………  (проф. д.ик.н. Таня Горчева) |

Ръководител катедра:

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