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“Магистърски практикум по Международен туризъм” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-892****Брой кредити по учебен план: (3)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-892 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.02/2024 |

**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)** | **28** | **14** | **28** |
| 1.1. Лекции | 14 | 7 | 14 |
| 1.2. Семинарни занятия | 14 | 7 | 14 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **47** | **61** | **47** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 24 | 31 | 24 |
| 2.2. Академични задания | 23 | 30 | 23 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 23 | 30 | 23 |
| 2.2.2. Есета/доклади |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.3. Казуси и делови игри |  0  |  0  |  0  |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули |  0  |  0  |  0  |
| **Всичко:** | **75** | **75** | **75** |

**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.:** | **100%** | **100%** | **100%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 0% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 100% | 100% | 100% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Формирането на крайната оценка е на базата на предаденото академично задание и ъсъбеседване* | **0%** | **0%** | **0%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

На базата на постигнатите знания и умения по отделните дисциплини, включени в учебния план на МП "Международен туризъм" и като се използва инструментариума на Световната организация по туризъм да се очертаят основните тенденции на българския туризъм в контекста на международния туристически пазар.

**2.2. Предварителни изисквания**

До магистърския практикум се допускат студентите, които са завършили семестриално своето обучение. За семестриално завършили се считат студентите, които са приключили успешно курса на обучение (положили са всички семестриални изпити). Да проведат собствено проучване, използвайки актуални бази данни.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Използваните методи на преподаване са онлайн консултации, онлайн проучвания, онлайн индивидуални проекти. Прилагат се стандартни статистически методи, използвайки системата от индикатори на Световната организация по туризъм.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Използваните методи на преподаване са онлайн консултации, онлайн проучвания, онлайн индивидуални проекти. Прилагат се стандартни статистически методи, използвайки системата от индикатори на Световната организация по туризъм.

**2.4. Очаквани резултати**

Писмен анализ на развитието на международния туризъм в България на базата направеното самостоятелно проучване.

**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 1. Характер на туристическите ресурси в България, привлекателни за чуждестранните туристи** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Характер на туристическия продукт.
2. Привлекателност на туристическа дестинация България за чуждестранните туристи.* |
| **Тема 2. Същност и особености на туристическия продукт по дестинации в България** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Туристическият продукт в България.
2. Особености на туристическите дестинации България.* |
| **Тема 3. Анализ на входящите туристически потоци към България - особености на туристическото търсене** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Входящи туристически потоци в България.
2. Особености на търсенето на туристически услуги в България от чужденци.* |
| **Тема 4. Анализ на приходите и разходите от туризъм за туристическа дестинация България** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Анализ на приходите от туризъм за туристическа дестинация България.
2. Анализ на разходите в туризъм за туристическа дестинация България.* |
| **Тема 5. Пазарни сегменти и управление на туристическото предлагане за дестинация България** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Пазарни сегменти в туристическа дестинация България.
2. Управление на туристическото предлагане в туристическа дестинация България.* |
| **Тема 6. Управление на туристическа дестинация България съобразно международната пазарна конюнктура** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Международна пазарна конюнктура в сектор туризъм.
2. Място на туристическа дестинация България в международния туристически пазар.* |
| **Тема 7. Степен на устойчивост на България като туристическа дестинация** | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| *1. Развитие на България като туристическа дестинация.
2. Устойчивост в процесите на развитие на България като туристическа дестинация.* |
| **Общо:** | **14** | **14** | **7** | **7** | **14** | **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: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Учебен курс по „Магистърски практикум по Международен туризъм (ФММ-КМИО-М-892)“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов, https://dl.uni-svishtov.bg/course/view.php?id=8807 |
|  2. Учебен курс по дисциплина „Глобален туризъм“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  3. Учебен курс по дисциплина „Международен туристически бизнес“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  4. Учебен курс по дисциплина „Управление на международни туристически дестинации“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  5. Учебен курс по дисциплина „ПР в сферата на туризма“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  6. Учебен курс по дисциплина „Корпоративна социална отговорност в международния туризъм“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  7. Учебен курс по дисциплина „Международен бизнес“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |

 **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. Hollensen, Svend, Global Marketing. Prentice Hall, 4th ed., 2007 |
|  3. Василева, А., Комуникации в международния бизнес, Консулт АГ, С., 2002 |
|  4. 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 |
|  5. Короткова, Э. (ред.) Корпоративная социальная ответственость. М., изд. „Юрайт“, 2012 |
|  6. Драмалиева, В. Бизнес етика и корпоративна социална отговорност в съвременното управление на бизнеса. Изд. комплекс – УНСС, С., 2014 |
|  7. Цонева, Ив., Връзки с обществеността. АИ Ценов, 2001 |
|  8. March, Ch., D.Guth, Public Relations:A Value Driven Apporach, 2011 |
|  9. Маринов, Ст. Маркетингово управление на конкурентноспособността на туристическа дестинация, Славена. Варна, 2006 |
|  10. Ракаджийска, С. авт. колектив, Препозициониране на туристическа дестинация България, Изд. Наука и икономика, Икономически университет; Варна, 2005 |
|  11. Горчева, Т. Глобален туризъм. Изд. Фабер, 2012 |
|  12. Горчева, Т. Управление на международни туристически дестинации, АИ Ценов, 2015 |
|  13. Горчева. Т; Международен туризъм, Изд. Фабер, В.Търново, 2013 |
|  14. Горчева. Т; Маркетинг в туризма, Изд. Фабер, В.Търново, 2010 |
|  15. Горчева. Т; Международен туристически бизнес, АИ Ценов, 2017 |
|  16. Ат. Дамянов, Ив. Марчевски, Др. Илиев, Здр. Любенов, Международен бизнес, Издателство "Фабер", 2015 |
|  17. К.Саркисян, Г. Захариева, ПР сферата на туризма, АИ Ценов, 2010 |
|  18. Gorcheva, T. Internationalization of Bulgarian Tourism BusinessManagement & Economics Research Journal, Vol. 3. Iss.1, 2021 |
|  19. Hill, Ch., International Business: competing in the global marketplace, McGraw-Hill, 7th ed., 2009 |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Националната стратегия за еко туризъм (2003 г.); Изд. Българска туристическа камара, София |
|  2. World Travel and Tourism Council, World Travel and Tourism Council Tax Barometer, London |
|  3. European tourism 2009: Trends and Prospects. Report 2009. European Travel Commission |
|  4. Закон за туризма. Обн. ДВ. бр.30 от 26 Март 2013г., посл. изм. ДВ. бр.70 от 20 Август 2024г. |
|  5. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. |

 **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. http://www.unwto.org/destination/management.htm |
|  4. http://www.csr.bg. (Българската мрежа за корпоративна социална отговорност) |
|  5. Министерство на туризма на РБ - http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti |
|  6. Световна организация по туризъм - http://www2.unwto.org/ |
|  7. Global Code of Ethics for Tourism http://ethics.unwto.org/en/content/full-text-global-code-ethics-tourism |
|  8. The World Travel & Tourism Council (WTTC) - http://www.wttc.org/ |
|  9. International Air Transport Association (IATA) - http://www.iata.org/about/Pages/index.aspx |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

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