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 № 6 от 25.01.2023 г.Приета от КС, Протокол № 10 от 18.01.2023 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Държавен изпит по Международен туризъм” |
| **Код на дисциплината: ФММ-КМИО-М-902****Брой кредити по учебен план: (15)** |
| Образователно-квалификационна степен: МАГИСТЪР | Код на документа:УД/УПР-ФММ-КМИО-М-902 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.01/2023 |

**І. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО**

|  |  |
| --- | --- |
| **Учебна заетост** | **Часове** |
| **Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** |  |
| 1. Самостоятелна работа
 | 375 |
| 1. Онлайн тестове и модули за самоподготовка
 | 0 |
| **Всички:**  | **375** |

**Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина**

|  |  |
| --- | --- |
| **Критерий** | **Тежест на критерия(% от комплексната оценка)** |
| Резултати от финален изпит | 100% |
| **Общо за дисциплината:** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на държавния изпит**

Да се затвърдят знанията получени по време на обучението в Магистърска програма "Международен туризъм".

**2.2. Предварителни изисквания**

До държавен изпит 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) и са получили оценка за магистърския практикум.

**2.3. Организация на провеждане на държавния изпит**

Държавният изпит за студентите в Магистърска програма "Международен туризъм", с продължителност до три астрономически часа, е под формата на стандартизиран тест от 60 закрити въпроса.

Въпросите в теста са от дисциплини, изучавани през курса на обучение в Магистърска програма "Международен туризъм".

Държавният изпит се провежда от комисия, назначена със заповед на ректора. В състава на изпитната

комисия влизат преподаватели от катедрата, водеща специалността, и външни за Академията лица,

включително изявени специалисти от практиката и представители на работодателите.

**2.4. Очаквани резултати**

След приключването на обучението в Магистърска програма "Международен туризъм" се формират специализирани знания за проблемите на международния туризъм, различните процеси протичащи в него, политиките прилагани в областта на международния туризъм в национален, европейски и глобален мащаб, средата на опериране на стопанските субекти в областта на международния туризъм, факторите

влияещи върху фирмената дейност в областта на международния туризъм, стратегиите за осъществяване на международния туризъм и др.

Изграждат се ценни качества и умения за разрешаване на проблеми от реалната среда; прилагането на

интердисциплинарен подход при решаване на практическите проблеми; способност за обработване и

селектиране на информация, независимост от външни ресурси и външно влияние; провеждане на научни

изследвания и др.

**III. Учебно съдържание**

|  |
| --- |
| **ВЪПРОСИ ЗА ДЪРЖАВНИЯ ИЗПИТ** |
| **Тема 1. Международен бизнес** |
| 1. Същност на международния бизнес и анализ на международната среда.
2. Основни подходи към международните пазари. |
| **Тема 2. Глобален туризъм** |
| 1. Модели на глобален туризъм.
3. Програмен туризъм.
4. Специализирани форми на туристическия бизнес. |
| **Тема 3. Търсене и предлагане на български туристически продукти на глобалния пазар** |
| 1. Търсене на български туристически продукти на глобалния пазар.
2. Предлагане на български туристически продукти на глобалния пазар. |
| **Тема 4. Корпоративна социална отговорност в международния туризъм** |
| 1. Същност и еволюция на концепцията за Корпоративна социална отговорност.
2. Специфика на вътрешната и външната Корпоративната социална отговорност.
3. Корпоративната социална отговорност в международния туризъм. |
| **Тема 5. ПР в сферата на туризма** |
| 1. Същност на Пъблик Рилейшънс.
2. Управление на ПР дейностите.
3. Корпоративна идентичност, корпоративен имидж и репутация. |
| **Тема 6. Управление на международни туристически дестинации** |
| 1. Туристическата дестинация – същност.
2. Управление на туристическата дестинация.
3. Правна рамка и нормативна база при формиране на туристическа дестинация България. |
| **Тема 7. Международен туристически бизнес** |
| 1. Съвременният туризъм в сферата на международния бизнес.
2. Международен туристически пазар от страна на търсенето и предлагането.
3. Сектор “изхранване”, сектор „развлечения”, сектор „транспорт” и сектор „туроператорска и агентска дейност” - съставни части на международната туристическа индустрия. |

**IV. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **4.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Учебен курс по дисциплина „Глобален туризъм“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  2. Учебен курс по дисциплина „Международен туристически бизнес“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  3. 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 |
|  4. 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 |
|  5. 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 |
|  6. Учебен курс по дисциплина „Международен бизнес“ в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА “Д. А. Ценов“, https://dl.uni-svishtov.bg |
|  7. Горчева. Т; Международен туристически бизнес, АИ Ценов, 2017 |
|  8. Горчева. Т; Международен туризъм, Изд. Фабер, В.Търново, 2013 |
|  9. Горчева, Т. Глобален туризъм. Изд. Фабер, 2015 |
|  10. Горчева, Т. Управление на международни туристически дестинации, АИ Ценов, 2015 |
|  11. Горчева. Т; Маркетинг в туризма, Изд. Фабер, В.Търново, 2010 |
|  12. К.Саркисян, Г. Захариева, ПР сферата на туризма, АИ Ценов, 2010 |
|  13. Ат. Дамянов, Ив. Марчевски, Др. Илиев, Здр. Любенов, Международен бизнес (трето преработено и допълнено издание), Издателство "Фабер", 2012 |
|  14. Любенов, Здр. Социалната корпоративна отговорност в международния туризъм. АИ Ценов, 2017 |
|  15. Горчева, Т., Здр. Любенов, В. Савчева. Социалната корпоративна отговорност в европейската практика и у нас. Алманах научни изследвания, АИ „Ценов“, Свищов, бр. 20, 2013 |
|  16. Gorcheva, T. Internationalization of Bulgarian Tourism Business Management & Economics Research Journal, Vol. 3. Iss.1, 2021 |
|  17. Hill, Ch., International Business: competing in the global marketplace, McGraw-Hill, 7th ed., 2009 |
|  18. Воденска, М.; Икономически, социални и природни влияния на туризма, Университетско издателство "Св.Климент Охридски", София, 2001 |

 **4.2. 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. Рибов, М. Управление на конкурентоспособността в туризма, Изд. Тракия, 2003 |

 **4.3. 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 |
|  5. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. |

 **4.4. 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/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(проф. д.ик.н. Таня Горчева) |
|  …………………………………(доц. д-р Здравко Любенов) |

Ръководител катедра:

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