РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ “Д. А. ЦЕНОВ” – СВИЩОВ**

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра “ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(доц. д-р Светослав Илийчовски) | Приета от ФС, Протокол № 1 от 11.09.2020 г.Приета от КС, Протокол № 1 от 08.09.2020 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Управление на взаимоотношенията с туристите” |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КИУТ-Б-309****Брой кредити по учебен план: (7)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КИУТ-Б-309 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.03/2020 |

**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 | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **119** | **147** | **119** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 60 | 74 | 60 |
| 2.2. Академични задания | 59 | 73 | 59 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 30 | 40 | 10 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 10 | 19 | 5 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 15 | 10 | 14 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 4 | 4 | 30 |
| **Всичко:** | **175** | **175** | **175** |

**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.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 20% | 0% | 20% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 40% | 30% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Тест* | **50%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Удовлетвореността на клиентите, в съвременните условия на глобализация на туристическия пазар и нарастващата конкуренция в сектора, се превръща в решаващ фактор за успеха на всяко туристическо предприятие. Основната цел на учебния курс е придобиването на знания и практически умения от студентите в специалност „Икономика на туризма” относно управлението на взаимоотношенията с туристите в процеса на тяхното обслужване в туристическото предприятие. За целта в учебното съдържание на дисциплината е заложено запознаване с техниките за привличане и задържане на туристите от страна на туристическото предприятие, особеностите в процеса на продажбеното обслужване и гарантирането на очакваното от туристите качество. Обхвата на разглежданите въпроси има за цел да обезпечи обучаващите се със знания и умения за установяване на ефективни взаимоотношения с клиентите.

**2.2. Предварителни изисквания**

С цел ефективното усвояване на заложените за изучаване в дисциплината въпроси е необходимо студентите да познават обхвата на туристическия сектор, основните принципи за управление на туристическото предприятие и структурата на туристическия продукт, разглеждани по дисциплините „Въведение в туризма”, „Икономика на туризма“, „Хотелиерски и ресторантьорски бизнес“ и „Туроператорска, агентска и транспортна дейност в туризма”.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Основни методи на преподаване на лекции – презентации, демонстрации.

Основни методи на преподаване на семинарни занятия – казуси, демонстрации, ролеви игри, учене чрез преживяване, проекти и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

В представянето на учебното съдържание е предвидено използването на учебни материали чрез синхронни и асинхронни лекции. За затвърждаване на придобитите знания е необходимо on-line решаването на поставени задания и тестове. Апробирането на теоретично представените проблеми следва да се осъществи чрез представяне на индивидуални семестриални задания в on-line платформа.

**2.4. Очаквани резултати**

Студентите от специалност "Икономика на туризма", изучавайки дисциплината "Управление на взаимоотношенията с туристите", получават компетенции за: управление процеса на обслужване на туристите; управление на продажбения процес и документиране на сключените сделки; идентифициране на потребителските очаквания и справяне в конфликтни ситуации; идентифициране и установяване на качеството на туристическите услуги; прилагане на системи за управление на качеството и сертификация на туристическите предприятия.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Икономически университет – Варна, България

2. Софийски университет „Св. Клиемент Охридски” – София, България

3. Universidad de Malaga, Malaga, Spain

4. AALBORG UNIVERSITY, Aalborg, Denmark

5. Eastern Mediterranean University, Famagusta, North Cyprus

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **${temi#1}Тема I.  Управление на взаимоотношенията с клиентите в туризма** | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| *1. Взаимоотношения с клиентите - същност, типове и атрибути2. Модели за управление на взаимоотношенията с клиентите3. Типове CRM в туризма* |
| **${temi#2}Тема ІІ. Същност и съдържание на туристическото обслужване** | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| *1. Понятие за туристическо обслужване2. Особености на туристическото обслужване3. Видове туристи* |
| **${temi#3}Тема ІІІ.  Управление на взаимоотношенията с туристи в процеса на продажба и потребление на туристическите услуги** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Същност на продажбите на туристически услуги2. Организация и технология на продажбите на основни и допълнителни услуги 3. Бизнес етикет във взаимоотношенията с туристи* |
| **${temi#4}Тема ІV.  Оформяне на продажбата на туристическите услуги на туристите** | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 |
| *1. Документално оформяне на сделките с туристите 2. Приемане, уреждане и обработване на рекламации от туристите* |
| **${temi#5}Тема V. Персоналът в туризма  и управление на взаимоотношенията с туристите** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Класификационна структура на персонала в туризма 2. Система за управление на човешките ресурси в туристическите предприятия 3. Квалификационни изисквания към персонала за обслужване на туристите*  |
| **${temi#6}Тема VІ.  Управление на взаимоотношенията с туристите на база качеството в туристическото обслужване** | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| *1. Особености на качеството в туристическото обслужване2. Подходи за управление на качеството3. Национални мерки за управление на качеството в туризма4. Доброволни инструменти за управление на качествотов туризма* |
| **${temi#7}Тема VІІ.  Системи за управление на качеството** | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| *1. ISO системи и стандарти за управление на качеството2. Принципи на Системата за управление на качеството(ISO 9001) 3. Сертификация на Системата за управление на качеството* |
| **${temi\_sum#1}Общо:** | **28** | **28** | **14** | **14** | **28** | **28** |

**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. Илиева, Л. Управление на взаимоотношенията с туристите, АИ Ценов, Свищов, 2018 |
|  2. Илиева, Л. Изследване на възможностите за управление на качеството в туристическия бизнес, Библиотека "Стопански свят", бр. 138, АИ Ценов, Свищов, 2019 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Кадиева, Сн., Рафаилова, Г. Грижа за клиента. Наука и икономика, Варна, 2014. |
|  2. Ненов, Т., Минков, Ил. Управление на конкурентоспособността и растежа. Варна, Наука и икономика, 2015 |
|  3. Станимиров, Ев. CRM (Мениджмънт). Наука и икономика, Варна, 2013 |

 **6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
|  1. Закон за туризма, 2013 |
|  2. Закон за защита на потребителите, 2005 |
|  3. Закон за дейностите по предоставяне на услуги, 2010 |
|  4. Търговски закон, 1991 |
|  5. Наредба за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията, 2015 |

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. http://www.tourism.government.bg |
|  2. http://www.infotourism.net/ |
|  3. http://www2.unwto.org |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………${authors#1}(доц. д-р Любка Илиева) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(проф. д-р Марияна Божинова) |  |