РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС” | Катедра  “ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
| Декан: …...…………….............................  (проф. д-р Любчо Варамезов) | Приета от ФС, Протокол № 4 от 26.11.2024 г. Приета от КС, Протокол № 7 от 20.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА**  **на** | |
| Учебна дисциплина“Стратегии в туризма” | |
| **Код на дисциплината: ФПТБ-КИУТ-Б-323**  **Брой кредити по учебен план: (6)** | |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФПТБ-КИУТ-Б-323 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА Език: БЪЛГАРСКИ | Версия:v.04/2024 |

**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 | 28 | 14 | 28 |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **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 | 28 | 34 | 24 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 0 | 0 | 0 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 11 | 17 | 13 |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 8 | 10 | 10 |
| **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.:** | **50%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия   *(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни  *(% от комплексната оценка)* | 10% | 10% | 15% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 30% | 30% | 35% |
| **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**

Основната цел на изучаваната дисциплина е да се предоставят специализиращи знания, свързани с: изясняване на теоретико-методологическото естество на съвкупността от профилирани стратегии за развитие на туристическите дейности – хотелиерство, ресторантьорство, туроператорство и турагентство; разясняване на комплекса от решения и действия, които се отразяват във формирането и изпълнението на стратегиите на туристическите предприятия, с оглед постигане на техните цели; анализиране и оценяване на възможностите за развитие на туристическите предприятия, с отчитане влиянието на бизнес средата; осъществяване на избор на дългосрочни цели и основни стратегии на туристическите предприятия; изпълнение на избраните стратегии, базирани върху финансовите, материалните и човешките ресурси на туристическите предприятия; оценяване на резултатите от стратегическия процес като основа за контрол и бъдещи стратегически решения.

**2.2. Предварителни изисквания**

Учебното съдържание дава възможност да се получат методологически, методически и практически знания в областта на предприемачеството. За целта са необходими предварителна теоретична подготовка и практически умения, получени в курсовете по икономикс, право, планиране и програмиране, основи на управлението, маркетинг, финанси и др.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

В процеса на преподаване се използват казуси, дебати, дискусии, лекции, мозъчни атаки, независими проекти, групови проекти и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

За представянето на учебното съдържание е предвидено използването на учебни материали. За затвърждаване на придобитите знания е необходимо решаване на поставени казуси и дискусии по поставени въпроси. Апробиране на теоретично представените проблеми следва да се осъществи чрез представяне на индивидуални семестриални задания.

**2.4. Очаквани резултати**

Знания:

• притежава разширени и задълбочени теоретични и фактологични знания в областта на стратегирането на туристическия бизнес, включително свързани с най-новите постижения;

• самостоятелно интерпретира придобитите знания в областта на стратегиите в сферата на туризма, като ги свързва с прилагането на факти и чрез критично възприемане, разбиране и изразяване на теории, концепции и принципи.

Умения:

• владее методи и средства в областта на стратегиите в туризма, позволяващи решаване на сложни задачи, свързани с разработването и реализирането на предприемачески стратегии, с организацията и управлението на туристическия бизнес, с разработването на проекти в сферата на туризма и др.;

• прилага логическо мислене и проявява новаторство и творчески подход при решаване на нестандартни задачи в областта на стратегирането в туризма.

Компетенции:

 Самостоятелност и отговорност:

• притежава способност за административно управление на сложни професионални дейности в областта на стратегиите в туризма, включително на екипи и ресурси за осъществяване на предприемачески процеси и дейности;

• поема отговорности при вземане на решения в сложни условия, при влиянието на различни взаимодействащи си и трудно предвидими фактори, влияещи върху планирането, организацията и управлението на туристическото предприятие.

 Компетентности за учене:

• последователно оценява собствената си квалификация чрез преценка на придобитите до момента знания и умения в областта на стратегирането в туризма и планира необходимостта от разширяване и актуализиране на професионалната си квалификация.

 Комуникативни и социални компетентности:

• формулира и излага ясно и разбираемо идеи, проблеми и решения пред специалисти и неспециалисти, свързани с планирането, организацията и управлението на предприемаческите процеси, дейности и проекти в туристическото предприятие;

• изразява отношение и разбиране по въпроси чрез използване на методи, основани на качествени и количествени описания и оценки на процесите и дейностите в туристическото предприятие;

• проявява широк личен мироглед и показва разбиране и солидарност с другите.

 Професионални компетентности:

• прилага придобитите знания и умения в областта на стратегиите в туризма в нови или непознати условия;

• проявява способност да анализира в по-широк или интердисциплинарен кон-текст процеси, събития, връзки и взаимоотношения в областта на стратегирането в туризма.

**III. разпространение на дисциплината**

1. Шведски университет за туризъм и хотелиерство - Швеция

2. Институт за бизнес, хотелиерство и туризъм - Унгария

3. Свободен университет – Бозен, Италия

4. Университет за национално и световно стопанство - София

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | | **Задочна форма на обучение** | | **Дистанционна форма на обучение** | |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **Тема I. Интеграционни стратегии в туризма** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Тенденции в развитието на туристическата индустрия 2. Стратегия на хоризонтална интеграция 3. Стратегия на вертикална интеграция* |
| **Тема II. Стратегии на ценообразуването в туризма** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Същност и особености на цената 2. Фактори влияещи върху ценовите решения в туризма 3. Основни методи на ценообразуването в туризма 4. Стратегии на ценообразуване, прилагани в индустрията на туризма* |
| **Тема III. Иновационни стратегии на туристическото предприятие** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Детерминанти на иновационната стратегия 2. Видове класификационни характеристики на иновационните стратегии 3. Реализация на иновационните стратегии* |
| **Тема IV. Информационните технологии в стратегията на туристическото предприятие** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Основни фактори, формиращи характера на Интернет епохата 2. Конкурентни стратегии на туристическото предприятие в Интернет епохата 3. Направления на е-търговия, прилагани в туризма 4. Стратегическо използване на базите от данни за определяне на силата и лоялност на потребителите 5. Използване на базите от данни за получаване на конкурентни преимущества* |
| **Тема V. Инвестиционни стратегии на туристическото предприятие** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Особености на инвестициите в туризма 2. Моделиране на инвестициите 3. Избор на инвестиционна стратегия* |
| **Тема VI. Позиционирането на туристическата дестинация като конкурентна стратегия** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Същност, фактори и етапи на развитие на туристическата дестинация. 2. Конкурентоспособност на дестинацията и нейното позициониране. 3. Организираните събития - част от маркетинговата стратегия за конкурентоспособност на дестинацията.* |
| **Тема VII. Туристически клъстери и конкурентоспособност** | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| *1. Същност на мрежовия и клъстерния подход в туризма 2. Начини на въздействие на туристическите клъстери върху конкурентоспособността 3. Фактори, детерминиращи клъстерното развитие* |
| **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. Божинова, М., П. Иванова, Л. Тодорова. Стратегии в туризма. АИ "Ценов", Свищов, 2022 |

**6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
| 1. Велев, Мл. Клъстерен подход за повишаване на конкурентоспособността. София, 2007 |
| 2. Рибов, М. и др. Реинжинеринг и управление на риска в туризма, София, 2004. |
| 3. Рибов, М. Конкурентни стратегии в туризма. Тракия-М, 2005 |
| 4. Рибов, М. и др. Туристическа политика, София, 2010. |
| 5. Маринов, Ст. Маркетингово управление на конкурентоспособността на туристическа дестинация. Варна, 2006. |
| 6. Михайлов, М. Стратегическо управление на туризма. Изд. Планета, София, 2005. |
| 7. Божинова, М., С. Петрова, П. Иванова. Стратегии в туризма. АИ “Ценов”, Свищов, 2013. |

**6.3. Нормативни документи**

|  |
| --- |
| 1. Закон за насърчаване на заетостта. |
| 2. Закон за защита на конкуренцията. |
| 3. Закон за малките и средните предприятия. |
| 4. Закон за туризма. |
| 5. Търговски закон. |

**6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
| 1. Изпълнителна агенция за насърчаване на малките и средните предприятия. |
| 2. Министерство на икономиката. |
| 3. Министерство на туризма. |
| 4. Комисия за защита на конкуренцията. |
| 5. Българска хотелиерска и ресторантьорска асоциация. |
| 6. Българска асоциация на туроператорите. |

Съставил/и/:

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

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
| …………………………………  (доц. д-р Любка Илиева) |  |