

**РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ**  
**СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ "Д.А.ЦЕНОВ" - СВИЩОВ**

|  |  |
|--|--|
| <b>Факултет</b><br><b>"Производствен и търговски бизнес"</b> | <b>Катедра</b><br><b>"Икономика и управление на туризма"</b> |
|--|--|

**Утвърждавам:**

Декан: .....  
доц. д-р Светослав Илийчовски

Приета от ФС, с Решение № 13 от 2018-07-04 г  
Приета от КС, с Решение № 20 от 2018-06-25 г

**УЧЕБНА ПРОГРАМА**

на

**Учебна дисциплина**

**"Стратегии в туризма"**

**Код на дисциплината: ФПТБ-КИУТ-М-302**

**Брой кредити по учебен план: (6)**

Код на документа:  
**УД/УПР-ФПТБ-КИУТ-М-302**  
Версия:

Образователно-квалификационна степен:

**МАГИСТЪР**

Форма на обучение:

**РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННА**

Език: **български**

## I. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО

Часове учебна заетост (семестър с продължителност 14 седмици)

Таблица № 1

| Учебна заетост<br>/аудиторна и извънаудиторна/ | Редовна<br>форма на<br>обучение | Задочна<br>форма на<br>обучение | Дистанционна<br>форма на<br>обучение |
|--|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| <b>1. Аудиторна заетост (АЗ)</b>               | <b>56</b>                       | <b>28</b>                       | <b>56</b>                            |
| 1.1. Лекции                                    |                                 |                                 |                                      |
| - Присъствен период                            | 42                              | 21                              | 3                                    |
| - Синхронни и асинхронни онлайн лекции         | 0                               | 0                               | 39                                   |
| 1.2. Семинарни занятия                         |                                 |                                 |                                      |
| - Присъствен период                            | 14                              | 7                               | 1                                    |
| - Синхронни и асинхронни онлайн консултации    | 0                               | 0                               | 13                                   |
| <b>2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)</b>         | <b>94</b>                       | <b>122</b>                      | <b>94</b>                            |
| 2.1. Самостоятелна работа (50% от ИАЗ)         | 47                              | 61                              | 47                                   |
| 2.2. Академични задания (50% от ИАЗ)           | 47                              | 61                              | 47                                   |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти            | 47                              | 61                              | 20                                   |
| 2.2.2. Есета/доклади                           | 0                               | 0                               | 0                                    |
| 2.2.3. Казуси и делови игри                    | 0                               | 0                               | 0                                    |
| 2.2.4. On-line тестови и изпитни модули        | 0                               | 0                               | 27                                   |
| <b>Всичко:</b>                                 | <b>150</b>                      | <b>150</b>                      | <b>150</b>                           |

Схема за формиране на крайната оценка по дисциплина

Таблица № 2

| Критерий   | Тежест на критерия<br>(% от комплексната оценка) |                                 |                                      |
|--|--|---------------------------------|--------------------------------------|
|  | Редовна<br>форма на<br>обучение                  | Задочна<br>форма на<br>обучение | Дистанционна<br>форма на<br>обучение |
| <b>1. Изпълнение на ангажименти през семестъра, в т.ч.:</b>  | <b>40</b>  | <b>50</b>                       | <b>50</b>                            |
| 1.1. Посещение на учебни занятия                             | 10   | 0                               | 0                                    |
| 1.2. Семестриални контролни                                  | 0  | 35                              | 35                                   |
| 1.3. Академични задания                                      | 30   | 15                              | 15                                   |
| <b>2. Семестриален изпит</b><br>Начин на осъществяване: Тест | 60   | 50                              | 50                                   |
| <b>Общо за дисциплината:</b>                                 | <b>100%</b>                                      | <b>100%</b>                     | <b>100%</b>                          |

## 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

Дисциплината "Стратегии в туризма" има надграждащ характер. Тя се основава на познанията за елементите и взаимовръзките в системата на туризма.

### 2.3. Използвани методи на преподаване

#### 2.3.1 Редовна и задочна форма

Дисциплината предполага разработване на групови проекти, представяне на демонстрации и други използвани методи на преподаване като лекции, казуси, дискусии.

#### 2.3.2 Дистанционна форма

В дистанционна форма на обучение основни методи за усвояване на знанията са презентации, казуси и тестове.

### 2.4. Очаквани резултати

В резултат на усвоените знания по темите студентите ще имат възможност да прилагат различни стратегии в зависимост от конкретната практическа ситуация.

## 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    |
| <b>Тема I. Интеграционни стратегии в туризма</b>  |                           |      |                           |      |                                |      |
| 1. Тенденции в развитието на туристическата индустрия 2. Стратегия на хоризонтална интеграция 3. Стратегия на вертикална интеграция 4. Комплексна интеграционна стратегия | 5.00                      | 2.00 | 3.00                      | 1.00 | 0.50                           | 1.00 |
| <b>Тема II. Стратегии на ценообразуването в туризма</b>   | 5.00                      | 2.00 | 3.00                      | 1.00 | 0.50                           | 0.00 |

| Теми  | Редовна форма на обучение |           | Задочна форма на обучение |          | Дистанционна форма на обучение |          |
|---|---------------------------|-----------|---------------------------|----------|--------------------------------|----------|
|   | Л                         | У         | Л                         | У        | Л                              | У        |
| 1. Същност и особености на цената 2. Фактори влияещи върху ценовите решения в туризма 3. Основни методи на ценообразуване в туризма 4. Стратегии на ценообразуване, прилагани в индустрията на туризма  |                           |           |                           |          |                                |          |
| <b>Тема III. Иновационни стратегии на туристическото предприятие</b>  |                           |           |                           |          |                                |          |
| 1. Детерминанти на иновационната стратегия 2. Видове класификационни характеристики на иновационните стратегии 3. Реализация на иновационните стратегии   | 5.00                      | 2.00      | 3.00                      | 1.00     | 0.50                           | 0.00     |
| <b>Тема IV. Информационните технологии в стратегията на туристическото предприятие</b>  |                           |           |                           |          |                                |          |
| 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 | 5.00                      | 2.00      | 3.00                      | 1.00     | 0.50                           | 0.00     |
| <b>Тема V. Инвестиционни стратегии на туристическото предприятие</b>  |                           |           |                           |          |                                |          |
| 1. Особенности на инвестициите в туризма 2. Моделиране на инвестициите 3. Избор на инвестиционна стратегия  | 8.00                      | 2.00      | 3.00                      | 1.00     | 0.50                           | 0.00     |
| <b>Тема VI. Позиционирането на туристическата дестинация като конкурентна стратегия</b>   |                           |           |                           |          |                                |          |
| 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 туристическата дестинация.   | 8.00                      | 1.00      | 3.00                      | 1.00     | 0.50                           | 0.00     |
| <b>Тема VII. Туристически клъстери и конкурентоспособност</b>   |                           |           |                           |          |                                |          |
| 1. Същност на мрежовия и клъстерния подход в туризма 2. Начини на въздействие на туристическите клъстери върху конкурентоспособността 3. Фактори, детерминиращи клъстерното развитие  | 6.00                      | 3.00      | 3.00                      | 1.00     | 2.00                           | 0.00     |
| <b>Общо:</b>  | <b>42</b>                 | <b>14</b> | <b>21</b>                 | <b>7</b> | <b>5</b>                       | <b>1</b> |

## 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 презентирание     | X   |                   |
| 2. Интернет                                  | X   | X                 |
| 3. Специализирани програмни продукти:        |   |                   |

| Наименование на Учебно-техническото средство | Използвани учебно-технически средства по вид на занятията |                   |
|--|---|-------------------|
|  | Лекции  | Семинарни занятия |
| 3.1  | X   | X                 |

## VI. ПРЕПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ

### 6.1. Основна литература

1. Божинова, М., С. Петрова, П. Иванова. Стратегии в туризма. АИ "Ценов", Свищов, 2013.
2. Маринов, Ст. Маркетингово управление на конкурентоспособността на туристическа дестинация. Варна, 2006.
3. Михайлов, М. Стратегическо управление на туризма. Изд. Планета, София, 2005.
4. Нешков, М., В. Казанджиева. Икономика и управление на туристическото предприятие. Изд. „Наука и изкуство“, ИУ – Варна, 2009.
5. Рибов, М. и кол. Съвременни тенденции в развитието на туризма. София, 2013.
6. Рибов, М. и кол. Туристическа политика. София, 2010.

### 6.2. Допълнителна литература

1. Велев, Мл. Клъстерен подход за повишаване на конкурентоспособността. София, 2007
2. Голдблат, Д. Специални събития, С., „Рой комюникейшън ЕООД“, 2006.
3. Портър, М. Конкурентното предимство на нациите, С., „Класика и стил“, 2004.
4. Ракаджийска, Св. и др. Препозициониране на туристическата дестинация България. Варна, 2005.
5. Ракаджийска, Св. Международния туристически пазар и България като туристическа дестинация в периода на прехода към пазарна икономика. Варна, 2007.
6. Рибов, М. и др. Реинжинеринг и управление на риска в туризма, София, 2004.
7. Рибов, М. Туризмът в ерата на качеството. София, 2003.

### 6.3. Нормативни документи

1. Закон за туризма
2. Закон за защита на конкуренцията
3. Документи приети от Министерството на туризма; <http://www.tourism.government.bg>

### 6.4. Интернет ресурси

1. World Travel & Tourism Council - <https://www.wttc.org>
2. World Tourism Organization - <http://www2.unwto.org/en>
3. Информационен бюлетин - <http://www.infotourism.net>

Съставил/и/: .....  
(Проф. д-р Марияна Божинова)

.....  
(Доц. д-р Петя Иванова)

.....  
(Ас. д-р Любомира Тодорова)

Ръководител катедра: .....  
проф. д-р Марияна Божинова