РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

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

|  |  |
| --- | --- |
| Факултет“ФИНАНСИ” | Катедра “ЧУЖДОЕЗИКОВО ОБУЧЕНИЕ” |
|  |  |
| **Утвърждавам:** |  |
|  Декан: …...…………….............................(доц. д-р Румен Ерусалимов) | Приета от ФС, Протокол № 4 от 26.11.2024 г.Приета от КС, Протокол № 4 от 20.11.2024 г. |
| **УЧЕБНА ПРОГРАМА****на** |
| Учебна дисциплина“Английски език VI модул (Туризъм)” |
| **Код на дисциплината: ФФ-КЧЕО-Б-471****Брой кредити по учебен план: (2)** |
| Образователно-квалификационна степен: БАКАЛАВЪР | Код на документа:УД/УПР-ФФ-КЧЕО-Б-471 |
| Форма на обучение: РЕДОВНА/ЗАДОЧНА/ДИСТАНЦИОННАЕзик: БЪЛГАРСКИ/АНГЛИЙСКИ | 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 |  0  |  0  |  0  |
| 1.2. Семинарни занятия | 28 | 14 | 28 |
| **2. Извънаудиторна заетост (ИАЗ)** | **22** | **36** | **22** |
| 2.1.Самостоятелна работа | 11 | 18 | 11 |
| 2.2. Академични задания | 11 | 18 | 11 |
| 2.2.1. Курсови разработки и проекти | 1 | 0 | 1 |
| 2.2.2. Есета/доклади | 2 | 4 | 2 |
| 2.2.3. Казуси и делови игри | 6 | 4 |  0  |
| 2.2.4. Онлайн тестови и изпитни модули | 2 | 10 | 8 |
| **Всичко:** | **50** | **50** | **50** |

**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.:** | **70%** | **50%** | **50%** |
| * 1. Посещение на учебни занятия

*(% от комплексната оценка)* | 20% | 10% | 0% |
| 1.2. Семестриални контролни *(% от комплексната оценка)* | 30% | 0% | 0% |
| 1.3. Академични задания  *(% от комплексната оценка)* | 20% | 40% | 50% |
| **2. Семестриален изпит***(% от комплексната оценка)* *Форма на провеждане:**Тест с въпроси с множествен избор върху изучаваните лексикални категории и граматични теми; практическа задача - например попълване на формуляр за регистрация, отговор на клиентско запитване, съставяне на обява и др.* | **30%** | **50%** | **50%** |
| **Общо за дисциплината** | **100%** | **100%** | **100%** |

**II. Анотация**

**2.1. Цел на курса**

Обучението по английски език има за цел да подготви студентите от специалност „Икономика на туризма” за пълноценна реализация в динамичната сфера на туризма и хотелиерството. Това включва усвояването на богат набор от езикови умения и компетенции, които позволяват свободно боравене с професионална терминология както при устно общуване (напр. разговори по телефона или очи в очи, изнасяне на презентации, водене на диалог, участие в дискусии и др.), така и при водене на кореспонденция с партньори и клиенти (например чрез електронна поща или социални медии); работа със специализирана литература и интернет източници.

**2.2. Предварителни изисквания**

При започване на курса на обучение студентите трябва да разбират основното съдържание на текстове и устни изложения, съдържащи основна професионална лексика при слушане и четене; да могат да оставят и получават съобщения; да са в състояние да откриват конкретна, предвидима информация в обяви, реклами, проспекти, менюта, разписания, брошури и други; да умеят да водят кратък разговор, изискващ пряк обмен на информация по теми от ежедневието; да умеят да съставят кратки бележки и съобщения в писмен вид.

**2.3. Използвани методи на преподаване**

***2.3.1 Редовна и задочна форма***

Използват се лекцията и семинарните занятия като основни методи на преподаване, както и ролеви игри, диалогова комуникация, дискусии, демонстрации, мозъчни атаки, директни инструкции, учене чрез преживяване, тестови задачи, аудио-визуални средства на обучение и др.

***2.3.2 Дистанционна форма***

Обучението на студентите се осъществява с помощта на интернет базирани информационни технологии (платформа за дистанционно обучение, социални мрежи и сайтове за комуникация и обучение) с прилагане на иновативни синхронни и асинхронни методи на преподаване (интерактивно обучение, участие в консултации, участие във форуми и чат групи, лични контакти по телефон или електронна поща).

**2.4. Очаквани резултати**

След завършване на курса на обучение студентите трябва да с в състояние да разбират съществената информация по познати за тях теми, когато информацията е поднесена устно или писмено на ясен книжовен език; да извличат най-важната информация от текстове, които съдържат предимно често употребявана всекидневна и професионална лексика; да умеят да водят разговор без предварителна подготовка по теми от личен характер или от ежедневието; при кореспонденция да могат да съставят несложен свързан текст по познати професионални или всекидневни теми.

**III. разпространение на дисциплината**

1.Софийски Университет "Св. Климент Охридски"

2. Университет за Национално и Световно Стопанство, София

3. Икономически Университет, Варна

4. Нов Български Университет, София

5. University of Surrey, Англия

6. Висше Училище по Туризъм и Хотелиерство - Ostelea, Барселона

7. Stenden University, Холандия

8. Университет за Приложни Науки Haaga-Helia, Финландия

**IV. Учебно съдържание**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ТемИ** | **Редовна форма на обучение** | **Задочна форма на обучение** | **Дистанционна форма на обучение** |
| **Л** | **У** | **Л** | **У** | **Л** | **У** |
| **ОБЕКТИ В СПИСЪКА НА СВЕТОВНОТО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО НА ЮНЕСКО** | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| *Исторически и природни забележителности в България и по света, които са включени в списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО.* |
| **МАРКЕТИНГОВ МИКС В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ** | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| *Особености на туристическия продукт. Елементи на маркетинговия микс.* |
| **РЕКЛАМА В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ** | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| *Най-често използвани средства за реклама в туристическата индустрия. Традиционни и модерни рекламни продукти.* |
| **„МЕКИ УМЕНИЯ“ (SOFT SKILLS) В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ** | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| *Лични качества и професионални умения на персонала в туристическата индустрия. Устойчиви словосъчетания с глаголите make, do, get, take и have.* |
| **ИЗРАЗЯВАНЕ НА БЪДЕЩИ ДЕЙСТВИЯ НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК** | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| *Сегашно просто и сегашно продължително време за изразяване на бъдещи действия. Бъдеще просто време. Конструкцията be going to + Infinitive за изразяване на бъдещи действия. Употреба на различните начини за описание на бъдещи действия и състояния.* |
| **НАЙ-ЛОШИТЕ ТУРИСТИ** | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| *Културни стереотипи. Профил на различните чуждестранни туристи, посещаващи България.* |
| **ВРЪЗКИ С КЛИЕНТИТЕ И КЛИЕНТСКО ОБСЛУЖВАНЕ** | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 4 |
| *Основни елементи на доброто клиентско обслужване.* |
| **. ПРЕГОВОР И ЗАДАЧИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  |
| **Общо:** | **0** | **28** | **0** | **14** | **0** | **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  |
| 2. Интернет |  | X  |
| 3. Специализирани програмни продукти: |  |  |

**VI. ПреПОРЪЧИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ И НОРМАТИВНИ ИЗТОЧНИЦИ**

 **6.1. Основна литература**

|  |
| --- |
|  1. Учебен курс за VI модул в Платформата за дистанционно и електронно обучение на СА "Д. А. Ценов", http://dl.uni-svishtov.bg, |
|  2. Учебно пособие за дистанционно обучение, VI модул |
|  3. Stoilova, D. & Ouzounova, E., ENGLISH FOR TOURISM AND HOSPITALITY, АИ "Ценов", Свищов, 2022 |

 **6.2. Допълнителна литература**

|  |
| --- |
|  1. Peter Watcyn-Jones, Test Your Vocabulary – Book 1, 2000, Pearson Education Limited, Essex |
|  2. Peter Watcyn-Jones, Test Your Vocabulary 4, 2000, Pearson Education Limited, Essex |
|  3. S. Medic, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality, third edition, 2003, Butterworth-Heinemann, 2003, Oxford |
|  4. Rawdon Wyatt, Check Your English Vocabulary for FCE+, second edition, 2005, Bloomsbury, London |
|  5. Jon Marks & Alison Wooder, Check Your Vocabulary for Natural English Collocations, A&C Black, 2007, London |
|  6. Michael Vince, Macmillan English Grammar in Context (Intermediate), 2007, Macmillan, Oxford |
|  7. Rawdon Wyatt, Check Your English Vocabulary for Leisure, Travel and Tourism, second edition, 2007, A&C Black, London |
|  8. J Christopher Holloway with Claire Humphreys and Rob Davidson, The Business of Tourism, eighth edition, 2009, Prentice Hall |
|  9. . Rawdon Wyatt, Check Your English Vocabulary for IELTS, third edition, 2012, Bloomsbury, London |

 **6.3. Нормативни документи**

 **6.4. Интернет ресурси**

|  |
| --- |
|  1. Holloway, J. et al. (2009). The Business of Tourism. Eighth edition. Prentice Hall. |
|  2. Hornby, A. (2000). Oxford’s Advanced Learner’s Dictionary of Current English, Ofxord University Press. |
|  3. Longman Dictionary of Contemporary English. (1995). Cayfosa, Barcelona. |
|  4. Medlik, S. (2003). Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Third edition. Butterworth Heinemann. |
|  5. Penfold, P. (2014). TOURISM AND HOSPITALITY STUDIES, Manual on Module IV, Customer Relations and Services, Fine-tuned version. |
|  6. Tourism Notes. (2021) Let’s Learn Together, https://tourismnotes.com/travel-tourism/ |

Съставил/и/:

|  |
| --- |
|  …………………………………(ст. преп. Елка Узунова) |
|  …………………………………(ст. преп. Даниела Стоилова) |

Ръководител катедра:

|  |  |
| --- | --- |
|  …………………………………(ст. преп. Елка Узунова) |  |