



ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ"

2700 Благоевград, ул. Иван Михайлов, 66
Tel. + 359 /73/ 8855 01, Fax: + 359 /73/ 8855 16

E-mail: info@swu.bg
<http://www.swu.bg>

Катедра "Туризм" Информационен пакет ECTS

Специалност Туризм

Магистърска програма: Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт

Обучението е предназначено за завършили ОКС "бакалавър" / "магистър" в професионални направления различни от 3.9. Туризм.

1. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОГРАМАТА

Настоящата квалификационна характеристика отразява обхвата и нивото на професионалните знания и умения, които трябва да придобият завършилите магистърска степен по програма „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“, както и областите на тяхната бъдеща професионална реализация.

Организираната в практико-приложен аспект рамка на учебния план, е съобразена с изискванията на съвременния пазар на труда и има за основна цел да подготви конкурентноспособни, висококвалифицирани специалисти в туристическата индустрия.

Настоящата програма е съобразена с изискванията и тенденциите на пазара на труда в България, бидейки базирана на целенасочено проведени национални проучвания и има за основна цел да отговори на нарастващите потребности от кадри в областта на хотелиерството и ресторантьорството.

Завършилите магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“, получават ключови управленски компетенции в практически умения, даващи възможност за организиране на собствен хотелиерски или ресторантьорски бизнес и/или изпълнение на топ-мениджърски функции. Поради това, в учебния план присъстват дисциплини, които изграждат базата от знания, свързани с управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност. Особено внимание е обърнато на специални дейности като дигитална дистрибуция в гостоприемството, управление на приходите в гостоприемството и управление на човешките ресурси и организационното поведение.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Посредством изучаването на комплекса от учебни дисциплини да се подготвят специалисти с качествени теоретични и свързани с практиката знания и умения, в състояние да изпълнят своите професионални задължения в сферата на хотелиерски и ресторантьорски бизнес.

Чрез придобиване на професионална квалификация по програмата, завършилите ще могат да ръководят и участват в управленската, организационната, маркетинговата и иновационната, дейност на фирмите от сектор туризм и по конкретно в осъществяващите хотелиерска и ресторантьорска дейност.

Магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт“ предоставя задълбочени теоретични знания, умения и компетентности, свързани с управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност, уменията за продажби и маркетинговите подходи, както и финансовите инструменти използвани в сектора.

Обучението на студентите включва задължителна специализираща подготовка, избираеми дисциплини и факултативен блок. На тази база се постига усвояване на съвкупност от специфични знания, свързани с особеностите на управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност. Особено внимание е обърнато на специални дейности с акцент върху

дигитализацията и технологизацията на процесите в сферата на хотелиерството, управлението на луксозни хотели, хотелската анимация, кетеринга и сомелиерството.

3. УСВОЕНИ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНТНОСТИ СЪГЛАСНО НАЦИОНАЛНАТА КВАЛИФИКАЦИОННА РАМКА

Знания

Специалистът с образователно-квалификационна степен "магистър" от магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт” притежава висока организационна, социална и икономическа култура. Знанията му са свързани с управлението, планирането и технологията на хотелиерската и ресторантьорска дейност, както и са свързани със специфични процеси и дейности, типични за индустрията на гостоприемството. По конкретно те могат:

- да обясняват различните видове основни категории хотели, хотелски комплекси и други видове места за настаняване;
- да обясняват различните видове основни категории ресторанти други видове заведения за хранене;
- да разкриват същността и функциите на местата за забавление и развлечение, тематичните паркове и другите събирателни в туристическо отношение обекти;
- да обясняват и пресъздават основните функции на предприемаческата дейност в туризма;
- да познават и да представят видовете основни и допълнителни продукти и услуги в хотелиерството и ресторантьорството;
- да изброяват и обясняват същността на отделните етапи в основните производствени процеси в хотелиерството и ресторантьорството;
- да представят съдържанието, насочеността и предназначението на основните видове управленски стратегии в хотелиерството и ресторантьорството;
- да обясняват същността на основните техники по технологии при реализацията на бизнес процесите в хотелиерството и ресторантьорството;
- да познават и обясняват предназначението на функцията по управление на персонала в хотелиерството и ресторантьорството, включително по неговия набор, подбор обучение и мотивиране;
- да познават, обясняват в детайли същността и философията на маркетинговата дейност в хотелиерството и ресторантьорството, включително отделните видове маркетингови политики като продуктова политика, рекламна, комуникационна и промоционална политика, дистрибуционна политика и ценова политика;
- да обясняват в подробности основните видове подходи и методи за провеждането на маркетингови и други видове проучвания в хотелиерството и ресторантьорството, за събирането и обработката на информация и нейното последващо интерпретиране.
- да обясняват същността на изработката на рекламни слогани и провеждането на рекламни кампании за нуждите на хотелиерските и ресторантьорски предприятия.
- да обясняват значението и приложното поле на управлението на риска в процесите на хотелиерството и ресторантьорството;
- да познават процесите по предизвикване и управляване на промените в организацията и създаването на нови продукти и услуги;
- да познават същността и подходите за прилагане на концепцията за устойчиво управление в хотелиерството и ресторантьорството, включително управлението на водните и енергийни ресурси, управлението на отпадъците и опазването на природните и антропогенни ресурси.

Умения

Специалистите, завършили образователно-квалификационна степен "магистър" с професионална квалификация "Магистър по хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт" притежават конкретни умения в областите на: управлението на процесите в хотелиерските и ресторантьорски обекти, спецификата на функциониране на хотелиерските и ресторантьорски вериги; управлението на активи в хотелските комплекси; логистичната и ресурсна осигуреност на хотелиерската и ресторантьорска дейност; кулинарния туризъм, кетъринга и сомелиерството, нормативната уредба в туризма. По-конкретно те притежават следните умения:

- Да реализират самостоятелна управленска дейност (включително и функциите по цялостното управление, планиране, организация и контрол на собствен туристически бизнес) по отношение на предприятията, в хотелиерството и ресторантьорството включително като формулират необходимите стратегически и оперативни цели и политики;
- Да имат способност за самостоятелно аналитично и критично мислене;
- Да генерират и/или да ръководят процеса по генериране и избор на идеи за разработването на нови туристически продукти и услуги, както самостоятелно, така и като ръководители на екипи;
- Да планират, организират и контролират бизнес процесите в техните организации;

- Отчитайки съответното ниво на риск да планират организират и осъществяват дейност по мониторинг и контрол на бизнес процесите и реализираните бизнес проекти;
- Да изработват маркетинг планове и маркетингови стратегии на хотелската или ресторантърска организация, в която работят или която ръководят;
- Да осъществяват самостоятелно или в екип или като ръководители на екип маркетингови проучвания, проучвания на мнението на потребителите и набиране на друг вид информация от пазарен или непазарен характер за нуждите на хотелиерската или ресторантърска организация, в която работят или ръководят;
- Да поддържат, следят и ако е необходимо да осъществяват изцяло бизнес кореспонденцията свързана с дейността на съответната бизнес организация в туризма;
- Да осъществяват и ако се наложи да ръководят изцяло процесите по набор, подбор, селекция и обучение на персонала в хотелиерското или ресторантърско предприятие;
- Да съдействат, следят и контролират процесите по финансово и счетоводно управление туристическото предприятие, в което работят или което ръководят.
- Да прилагат наученото теоретично знание и споделен практически опит за решаване на проблеми на практиката.
- Да подготвят тематични анализи, диагностика на средата на организацията и на самата организация.
- Да формулират цели и стратегии, да изработват планове и да осъществяват различни видове контрол.
- Да осъществяват ефективна комуникация.
- Да планират и организират ефективно собствената си работа.
- Да могат да ползват разнообразни източници на информация и самостоятелно да работят с тях.
- Да прилагат на практика концепцията за изключителното предложение за продажба (ИПП) и концепцията за образа на марката при ръководенето от тяхна страна на изработката на рекламни слогани и провеждането на рекламни кампании за нуждите на хотелиерските и ресторантърски предприятия.
- Да прилагат на практика основните стратегии, техники и инструменти за управлението на риска в процесите на хотелиерството и ресторантърството;
- Да прилагат на практика основните стратегии, техники и инструменти за предизвикване и управляване на промените в организацията и създаването на нови продукти и услуги;
- Да прилагат на практика основните стратегии, техники и инструменти за устойчиво управление в хотелиерството и ресторантърството, включително управлението на водните и енергийни ресурси, управлението на отпадъците и опазването на природните и антропогенни ресурси.

Компетентности

Характеристики на компетентностите, които ще се усвояват, са заложи в магистърската програма и са изведени съгласно изискванията на Европейската квалификационна рамка (ЕКР), Националната квалификационна рамка (НКР) и Европейската система за трансфер на кредити (ECTS) в съответствие с ниво 7 от ЕКР, респективно ниво 7 от НКР. В своята съвкупност, завършилите, предлаганата магистърска програма следва да притежават следните компетенции:

- Да притежават капацитет за свободно използване на чужд език за целите на писмената комуникация и бизнес кореспонденцията в сферата на хотелиерския и ресторантърския мениджмънт;
- Да притежава капацитет самостоятелно да изработва и предлага управленски решения по отношение на ежедневните бизнес операции и дейности свързани с хотелиерския и ресторантърския мениджмънт, както и за прилагане на законодателството за здраве и безопасност при труд, социална сигурност и защита на потребителите намиращи се в туристическите обекти.
- Да са в състояние да избират и прилагат принципите на бизнес етиката и съществуващите международни, европейски и национални практики в сферата на туризма при организирането и управлението на дейността;
- Да притежава способността да ръководят и да се интегрират в екип, както и да притежават капацитета да сформират и организират екипи от хора за работа в хотелиерския и ресторантърския бизнес;
- Да притежават капацитета да координират работата на отделни служители/отдели/звена в хотелиерското и/или ресторантърско предприятие;
- Да подбират и използват подходящите методи за осъществяване на количествен и качествен анализ и да притежават капацитета за прилагане на съвременните методи за са събиране и обработка на данни за нуждите на конкретния бизнес и публичните институции в сферата на туризма;
- Да са в състояние да предлагат и подбират подходящи идеи за разработването на нови туристически продукти и/или отделни нови услуги и производствени технологии в сферата на хотелиерството и ресторантърството.

- Да вземат самосоятелни решения относно основните стратегически цели на туристическото предприятие в което работят, включително по отношение на: избора на предлаганите туристически продукти и услуги; набора и подбора на персонала, целевите пазари и основните видове клиенти; цялостната иновационна политика, желаното и възможно качество на туристическите продукти и услуги и т.н.

- Да притежават капацитета за правилен и адекватен подбор на предлаганите туристически продукти и услуги спрямо потребностите и желанията на потребителите.

- Да притежава капацитет за свободно използване на чужд език за целите на писмената комуникация и бизнес кореспонденцията в туризма;

- Да подбира подходящите хора по отношение на притежаваната квалификация, личностни качества, знания, умения и компетенции и да сформира и организира екипи от хора за решаването на възникнали проблеми и/или възложени проекти в рамките на организацията;

4. ПРОФЕСИОНАЛНОТО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ НА СПЕЦИАЛИСТА

След завършването на обучението си по магистърската програма по „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт”, в професионално направление 3.9 Туризъм, завършилите притежават теоретични и практически знания и умения, които им позволяват да се реализират на различни длъжности в структурите на отрасъл Туризъм:

- хотелиерски комплекси и вериги, на административни, изпълнителни и ръководни длъжности;

- обекти за хранене и развлечения;

- държавната администрация и браншовите структури и други.

5. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите магистърска програма „Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт” получават специализирана подготовка, позволяваща им да работят по Азбучника на Националния класификатор на длъжностите и професиите (2022 и 2023 г.) като:

1120 / 7014 Заместник-директор, предприятие; 1120 / 7015 Заместник-ръководител, кооперативно предприятие; 1120 / 7016 Заместник-председател, управителен съвет / съвет на директорите, търговско дружество; 1120 / 7017 Заместник-изпълнителен директор; 1120 / 7018 Председател, управителен съвет / съвет на директорите/ на търговско дружество; 1120 / 7019 Председател, Надзорен съвет в търговско дружество; 1120 / 7020 Член, съвет на директорите; 1120 / 7021 Член, управителен съвет; 1120 / 7022 Прокурист /търговски управител/; 1120 / 7023 Управител; 1213 / 5046 Ръководител проект; 1344 / 6006 Социален предприемач, социални услуги; 1411 / 3001 Ръководител, отдел в хотел; 1411 / 3002 Управител, хотел; 1411 / 3003 Управител, мотел; 1411 / 3004 Управител, пансион; 1412 / 3001 Управител, заведение за обществено хранене; 1412 / 3002 Управител, павилион; 1412 / 3003 Управител, ресторант на самообслужване; 1412 / 3004 Управител, сладкарница/кафене; 1412 / 3005 Управител, бар; 1412 / 3006 Управител, ресторант; 1412 / 3007 Управител, стол; 1412 / 3008 Управител, приготвяне и доставяне на храна (кейtring); 1412 / 3009 Ръководител, отдел в ресторант; 1412 / 3010 Гостилничар; 1412 / /3011 Съдържател, ресторант; 1431 / 3015 Управител, отдиш; 1439 / 3001 Управител, заведение за обслужване на населението; 1439 / 3003 Управител, къмпинг; 1439 / 3004 Управител, туристическа агенция; 1439 / 3005 Управител, бюро за услуги; 1439 / 3006 Управител, хижа; 1439 / 6007 Ръководител, отдел в туристически агенции; 1439 / 3008 Ръководител, контактен център; 1439 / 3009 Ръководител, конферентен център; 1439 / 5012 Ръководител, база; 1439 / 3014 Хижар; 2421 / 6001 Експерт, стопанска дейност; 2421 / 6002 Експерт, бизнес развитие; 2421 / 6011 Организатор, стопански дейности; 2421 / 6007 Бизнес консултант; 2421 / 6008 Консултант по управление; 2421 / 6009 Анализатор, ефективност на търговската дейност; 2421 / 5027 Мениджър, проекти; 2421 / 5028 Експерт, продажби; 2422 / 5040 Младши експерт; 2422 / 6041 Главен експерт; 2422 / 6046 Старши експерт; 2422 / 6084 Експерт, стопанско управление; 2422 / 5089 Изследовател; 2431 / 6001 Анализатор, проучване на пазари; 2431 / 6002 Експерт, маркетинг; 4221 / 3001 Консултант, пътнически транспорт; 4221 / 3002 Организатор, пътнически транспорт; 4221 / 3003 Организатор, пътувания; 4221 / 5004 Специалист, туризъм; 4221 / 2005 Служител, издаване на пътнически билети; 4221 / 2006 Служител, информация за пътувания; 4221 / 2007 Служител, пътническа агенция/бюро; 4221 / 2008 Служител, резервации; 4221 / 2009 Служител, гише за регистрация на пътници и багажи; 4224 / 2001 Рецепционист, хотел; 4224 / 3002 Администратор, хотел;

Квалификационната характеристика на магистърска програма "Хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по хотелиерски и ресторантьорски мениджмънт" е основен документ, който определя разработването на учебния план и учебните програми. Тя е съобразена със Закона за висшето образование, с Наредбата за държавните изисквания за придобиване на ОКС "Магистър", "Бакалавър", "Специалист" и с Правилниците на ЮЗУ "Неофит Рилски".

СТРУКТУРА НА УЧЕБЕН ПЛАН
 ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.9. ТУРИЗЪМ
 СПЕЦИАЛНОСТ: ТУРИЗЪМ
 ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР
 МАГИСТЪРСКА ПРОГРАМА: ХОТЕЛИЕРСКИ И РЕСТОРАНТЪОРСКИ МЕНИДЖМЪНТ
 ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО ХОТЕЛИЕРСКИ И РЕСТОРАНТЪОРСКИ
 МЕНИДЖМЪНТ
 ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Въведение в туризма 2. Икономика на туризма 3. Управление на туристическите дестинации 4. Хотелиерство и ресторантьорство 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0	1. Туристически ресурси 2. Туроператорска и агентска дейност 3. Туристически брандинг 4. Конюнктура в туристическата индустрия 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	6.0 6.0 6.0 6.0 3.0 3.0
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)	
1. Туристическа политика 2. Потребителска култура в туризма 3. Прогнозиране в туризма 4. Кариерно развитие в туризма 5. Финансиране и кредитиране в туризма	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0	1. Геотуризъм 2. Управление на храните и напитките 3. Управление на туристическите атракции 4. Балнеоложки туризъм 5. Туристически борси и изложения	3.0 3.0 3.0 3.0 3.0
	Общо 30		Общо 30
Втора година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Обслужване и операционен мениджмънт в гостоприемството 2. Управление на човешките ресурси и организационно поведение 3. Предприемачество в гостоприемството 4. Управление на маркетинга в туризма 5. Избираема дисциплина 6. Избираема дисциплина	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. Управление на приходите в гостоприемството 2. Хотелиерски и ресторантьорски вериги 3. Дигитална дистрибуция в хотелиерството 4. Избираема дисциплина Държавен изпит или защита на дипломна работа	4.0 3.0 4.0 4.0 15.0
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини)		Избираеми дисциплини (студентите избират една дисциплина)	
1. Брандинг в хотелиерството 2. Управление на събития в хотели 3. Кетъринг 4. Сомелиерство 5. Управление на луксозни хотели 6. Хотелска анимация	5.0 5.0 5.0 5.0 5.0 5.0	1. разработване на тематичен продукт в хотелиерството и ресторантьорството (разработване на практически проект) 2. Франчайзинг в гостоприемството 3. Приложни маркетингови проучвания (разработване на практически проект) 4. Корпоративна култура	4.0 4.0 4.0 4.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 2 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 120 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Туризъм
Магистърска програма: Управление на събития (Event management)

ВЪВЕДЕНИЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с основните понятия и процеси в туризма. Разглежда се историческото развитие на туризма, дефиницията и различните му форми, основните закономерности при търсенето и предлагането на туристически продукти. Обърнато е внимание и на основните сектори в туризма: хотелиерство и ресторантьорство, посредническа дейност, екскурзоводство, транспорт. „Въведение в туризма“ е дисциплина, която следва да запознае студентите със спецификите на туристическия сектор, като предостави основни познания за процесите, които го характеризират.

Съдържание на учебната дисциплина:

История и съвременно развитие на туризма. Същност и значение на туризма. Видове туризъм. Обхват и влияния на туризма. Туристическа дестинация. Туристически ресурси и туристически атракции. Хотелиерство. Ресторантьорство. Посредническа дейност в туризма. Екскурзоводство. Туристическо поведение. Туристическо търсене. Туристическо предлагане. Устойчиво развитие в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА

ECTS кредити: 6

Формула за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Логиката на съвременното развитие на икономиката и опитът в обществената практика извеждат на преден план няколко основни теми. Те са включени в учебното съдържание на дисциплината като десет самостоятелни теми. В тях са намерили място научните знания за икономическите основи на туризма; икономическата среда за функциониране на туризма; същността, видовете и формите на проявление на капитала, дълготрайните и краткотрайните активи в туризма; особеностите на формиране на цените и ценообразуването в туризма; икономическата характеристика на труда и на производителността на труда в туризма; значимостта на разходите и на приходите в туризма; източниците на доходи и печалба в туризма; данъчното облагане и разпределението на печалбата в туризма; същността и измерването на ефективността и рентабилността на дейността в туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Туристическата фирма – обща характеристика. Туристическата фирма в условията на различни пазарни структури. Основни „производствени“ ресурси на туристическата фирма. Фирмен туристически продукт. Нормиране и заплащане на труда в туристическата фирма. Иновации и иновационна политика на туристическата фирма. Инвестиции и инвестиционна политика на туристическата фирма. Приходи, разходи и печалба на туристическата фирма. Икономическа ефективност от дейността в туристическата фирма. Управление и сертификация на качеството в туристическата фирма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при

осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към изясняване спецификата на туристическата индустрия, характера, формирането и движението на туристопотоците в световен план и географското им ориентиране. Като тематична насоченост, запознава студентите по туризъм със зараждането и развитието на туристическата индустрия, както и с актуалните тенденции на международния туристически пазар и развитието на туристическите дестинации. Фактът, че пътуването е навлязло дълбоко в ежедневието и въздейства както директно, така и индиректно на поведението на хората, прави дисциплината актуална. Познаването на пространствената насоченост на движенията на туристите, ролята на страните, развиващи туризъм и процесите, протичащи на международния туристически пазар е предпоставящо натрупването на знания и формирането на професионални умения с голямо значение за бъдещата реализация на студентите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Специфика на туристическата индустрия. Дефиниране на туристическата индустрия и туристическата дестинация. Въвеждащи въпроси от теорията и практиката на управлението на туризма и туристическите дестинации. Субекти и обекти на управление – в рамките на Световната организация по туризъм към ООН. Международни туристически организации. Организации за управление на дестинацията – значение, генезис и еволюция, структура и функции. Разнообразие и форми от организациите за управление на дестинации. Особенности на международния туристически пазар. Особенности на вътрешния туристически пазар. Стратегии за конкурентна диференциация: уместността на опита. Конкурентно позициониране и управление на туристически дестинации. Жизненият цикъл на туристическите продукти и управление на дестинациите: иновации. Териториално локализиране на туристическите дестинации. Обща характеристика и движение на туристопотоците между туристическите дестинации. Регионални аспекти на управлението на туристическите дестинации. Регионални особености на регион Европа. Регионални особености на регион Северна и Южна Америка. Регионални особености на регион Африка. Регионални особености на регион Близък Изток. Регионални особености на регион Азия, Австралия и Океания.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ХОТЕЛИЕРСТВО И РЕСТОРАНТЪОРСТВО

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Хотелиерството и ресторантьорството са основен елемент на туристическия бранш. Динамичното развитие на туризма у нас и в световен мащаб е силно обвързано с тяхното развитие. Не е възможно да си представим съвременния туризъм без хотелиерство и ресторантьорство. Чрез тях се валоризират туристическите ресурси и се включват в туристическото предлагане. Хотелиерството и ресторантьорството вече не са просто осигуряване на възможност за пренощуване и храна. Те концентрират в себе си все повече туристически дейности, както и все по-голяма част от приходите в туризма. Така хотелиерството и ресторантьорството стават все по-широко обхватни понятия и все повече се превръщат в „гръбнак“ на туристическия бранш. Целта на учебната дисциплина е да запозна

студентите и да им даде основни познания относно разнообразните аспекти на хотелиерството и ресторантьорството. Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са: 1. Усвояване на знания за задълженията и отговорностите на персонала в хотелиерските и ресторантьорските заведения като основни изпълнители на тази дейност. 2. Усвояване на знания и практически умения за технологичните процеси в хотела и ресторанта. 3. Запознаване със съвременните изисквания за качество и безопасност в храненето и туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и значение на хотелиерската индустрия. Същност и значение на ресторантьорската индустрия. Типизиране и категоризиране на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения. Хотелиерски и ресторантьорски вериги. Същност на хотелиерската и ресторантьорска услуга. Основни и допълнителни услуги в хотелиерството и ресторантьорството. Технология и организация на хотелиерско обслужване. Технология и организация на ресторантьорско обслужване. Технология и организация на камериерско обслужване. Видове разходи в хотелиерството и ресторантьорството. Доход и печалба в хотелиерството и ресторантьорството. Мениджмънт в хотелиерството и ресторантьорството. Маркетинг в хотелиерството и ресторантьорството.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКА ПОЛИТИКА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е предназначен за студентите като специализирана информация за спецификата на туристическата политика, провеждана от държавните, европейските и международни институции в сферата на туризма. Целта е студентите: (i) да придобият знания за политиката като специфичен обект и предмет на науката за туризма; (ii) да осмислят характеристиките на туристическата политика като система; (iii) да познават конюнктурните прогнози и анализи като инструмент на управлението на производството в туристическата индустрия; (iv) да могат да идентифицират субектите на туристическата политика и най-вече т.нар. заинтересовани страни от нейното провеждане; (v) да са запознати с целеполагането в изготвянето и провеждането на системна туристическа политика; (vi) да могат да идентифицират и прилагат инструментите на националната и международната туристическа политика.

Съдържание на учебната дисциплина:

Политиката като специфичен обект и предмет на науката за туризма. Системна характеристика на туристическата политика. Субекти на туристическата политика. Целеполагане в системата на туристическата политика. Национална туристическа политика. Международна туристическа политика. Исторически предпоставки на туристическата политика в България. Формиране и развитие на туристическата политика в периода 1878 – 1948 г. Формиране и развитие на туристическата политика в периода 1948 – 1989 г. Формиране и развитие на туристическата политика в периода на преход (след 1990 г.). Вътрешна туристическа политика. Анализ на туристическата политика на България с помощта на матрични и сценарийни техники. Планиране и прогнозиране за нуждата на туристическата политика. Бюджетиране и алокация на ресурси за нуждата на туристическата политика. Възможности за усъвършенстване на туристическата политика.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПОТРЕБИТЕЛСКА КУЛТУРА В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с теорията на потребителската култура, с фокус върху проявленията ѝ в туризма. Разглежда се историческото развитие на консуматорското общество, както и основните тенденции от последните години. Целта на дисциплината е да бъдат представени основните характеристики на потребителската култура. Очакваните резултати са свързани със създаване на умения за идентифициране моделите и предпоставките, които обуславят туристическото поведение в различни пазарни сегменти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Потребителска култура – същност и основни понятия. Потреблението като култура. Традиционното потребление. Модерност и постмодерност. Лайфстайл и потребителска култура. Туризъм за специални интереси. Разгочителното потребление в туризма. Глобализация на многообразието. Solo female travel. Автентичност и комодитизация. Концепцията за отговорен туризъм. Потребителска култура в дигиталната ера.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРОГНОЗИРАНЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 2л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс се разглеждат същността на концепцията за научно-обоснованото прогнозиране, както и съвкупността от методи, подчинени на тази концепция и намиращи приложение в туристическата индустрия. Курсът е предназначен за студентите като специализирана информация за спецификата на субективните и обективните методи за прогнозиране и по специално на част от експертните методи за прогнозиране, както и на голяма част от най-популярните от мултивариативни и унивариативни методи за прогнозиране, които могат да се използват в туристическата индустрия. Прогнозиране в туризма е дисциплина, която следва да запознае студентите от специалност „Туризъм“ със спецификата, изискванията и стандартите конюнктурата като момента снимка и бъдеща прогноза на състоянието на икономическите системи в туризма, както и всички вътрешни и външни фактори, които влияят и определят нейното бъдещо развитие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Концепцията за изпреварващото отражение в прогнозирането. Използването на процесния подход. Субективно и обективно прогнозиране. Унивариативно и мултивариативно прогнозиране. Точност и прецизност при прогнозиране на туристическите показатели. Експертни методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: методи от вида „Бизнес барометър“, Ифо методи, Метод Делфи и др. Методи на сценария и матрични методи за прогнозиране на туристическата конюнктура. Мултивариативни методи за прогнозиране: Иконометрични методи. ARIMA и SARIMA методи. Поява и развитие на методите за прогнозиране чрез експоненциално изглаждане. Таксономия на методите за прогнозиране чрез експоненциално изглаждане. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Наивен (прост) метод, Индексен метод, Метод на верижните средни величини. Трендови метод. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Методи с използване на експоненциално изглаждане – Метод на единичното (просто) експоненциално изглаждане; Метод на двойното експоненциално изглаждане на Браун, Теорема на Браун, Метод на Холт. Унивариативни статистически методи за прогнозиране на туристическата конюнктура: Методи с използване на експоненциално изглаждане – Метод на Холт-Уинтърс, Метод на Тейлър. Корекция на Тронкосо и Гарсия-Диас на Метода на Тейлър. Прогнозиране на туристическите

пристигания на база годишни и месечни данни. Прогнозиране на приходите от туризъм на база годишни и месечни данни. Прогнозиране на разходите за труд в туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КАРИЕРНО РАЗВИТИЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават със съвременните практически подходи и инструменти за кариерно развитие в туризма. В процеса на обучение те получават информация за последователните стъпки в процеса на професионална реализация и развитие. Запознават се с подхода за идентифициране на желаната професионална сфера, организация, работна позиция и ключови кадри. Студентите придобиват знания за спецификата на подготовката за интервю, същинското интервю и изискванията към бизнес документацията и онлайн кореспонденция. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания за специфичните сфери на професионална реализация в туризма и умения да идентифицират професионалните си интереси и да направят правилен избор за бъдещото си кариерно развитие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Новата парадигма – модел на позициониране, позициониране в рекреацията, парковете и туризма, основни стъпки за личностно позициониране. Определяне на кариерна цел и професионална сфера на реализация. Проактивно поведение при търсенето на работа. Личностната оценка като част от традиционния процес на търсене на работа. Връзката между академична подготовка, професионално развитие, продължаващо обучение, доброволчески дейности. Създаване на професионални контакти. Професионално менторство. Идентифициране на професионалната сфера, организацията, работната позиция и кадрите. Подготовка за интервюта за работа. Обява за свободна работна позиция. Професионално облекло. Поведение по време на интервю. Официалното интервю. Стратегии и основни видове въпроси. Интервю по телефона. Последващи действия. Професионална автобиография и мотивационно писмо – структура и реквизити. Портфолио и визитни картички – структура и видове. Бизнес имейли и други електронни комуникации. Нетикет. Професионални сфери на реализация в туризма. Профил на служителя. Компетентност, мотивация и удовлетвореност на служителя. Категоризиране на служителите в организацията съгласно Матрицата „Компетентност – Изпълнение“.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ФИНАНСИРАНЕ И КРЕДИТИРАНЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина има за задача да предложи необходимите теоретични и практически знания в областта на структурата на финансовата система, публичните финанси, финансовата и данъчна политика и основните източници за финансиране на малкия бизнес. Познанията за основните източници за генериране на приходните и разходни потоци в публичните финанси, основите на корпоративните финанси и тяхното ефективно използване представляват главни цели пред курса на обучение. Ползвайки

подходящ терминологичен апарат се поставят основите на многоаспектни познания, служещи като основа за развитие и в други направления на финансовото осигуряване на туристическата индустрия, за успешна реализация на самостоятелен бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Финанси и Финансова система. Финансова система на Р. България. Място на публичните финанси и взаимоотношенията им с останалите звена на фискалните и нефискални финанси. Публични (фискални) финанси. Същност на публичните финанси. Основни теории за публичните финанси. Произход, същност и елементи на данъка. Видове данъци, Данъчна система. Преки имуществени данъци. Преки подоходни данъци. Облагане доходите на физическите лица. Облагане с патенти. Корпоративно подоходно облагане. Преки подоходни данъци. Корпоративно подоходно облагане. Косвени данъци. Акцизи. Косвени данъци. Мита. Митническо облагане, контрол по изпълнение на митническите режими. Косвени данъци. Произход и същност на ДДС. Организация на облагането с ДДС. Правно регламентиране на дейността и структура на приходната администрация. Държавни разходи. Субекти на стопанската дейност съгласно българското законодателство. Банково обслужване на икономическите агенти. Инвестиционно финансиране – кредити и публично предлагане на ценни книжа. Управление на натрупванията и спестяванията във фирмата.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът има за цел да запознае студентите с многообразието от ресурси, които предопределят развитието на туризма. Разглеждат се основните видове ресурси, както и начините за тяхното валоризиране в туризма. Обърнато е специално внимание на устойчивото им ползване за туристически цели. „Туристически ресурси“ е дисциплина, която следва да запознае студентите с ресурсите, необходими за устойчиво туристическо развитие, като представи основни познания за начините на тяхното управление.

Съдържание на учебната дисциплина:

Класификация на туристическите ресурси. Природни туристически ресурси. Особенности на природните туристически ресурси. Туристически ресурси на релефа. Климат. Води. Растителност и животински свят. Туристически ресурси на защитените територии в глобален мащаб и в България. Видове защитени територии. Лимитиращи фактори за рекреационно усвояване на защитените територии. Антропогенни туристически ресурси. Историко-археологически ресурси. Архитектурни, етнографски и религиозни ресурси. Изкуството като туристически ресурс. Тематични паркове. Специалните събития като туристически ресурс. Методи за оценка на туристическия потенциал. Опазване и устойчиво ползване на туристическите ресурси.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРОПЕРАТОРСКА И АГЕНТСКА ДЕЙНОСТ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Седмичен хорариум: 4л + 0су

Вид на изпита: писмен

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към изследване състоянието на туристическата индустрия, същността на туроператорския продукт и туристическата дестинация, дистрибуцията на продукта и транспортната дейност. Актуалността на проблематиката се определя от ключовото значение на дейността на туроператорските фирми на вътрешните и международния туристически пазари и трансформациите, които тя търпи в он-лайн пространството. Лекционният курс проследява теоретичните постановки, необходими за изясняване спецификата на туроператорската дейност и нейното практическо проявление. Специално внимание е отделено на присъщите ѝ пазарни особености и проявления. Целта на дисциплината е да запознае студентите с необходимите знания за организирането на туристически пътувания, за планиране предлагането на туристическите дестинации, както и за правното регламентиране на дейността на туристическите агенции. С оглед на нея са изведени и конкретни задачи, насочени към: Усвояване на знания за възникването и развитието на туроператорската и агентска дейност; Усвояване на знания за провеждане на проучвания и анализи; Усвояване на знания и придобиване на умения за разработване на туристически програми и договаряне на елементи на туристическия пакет.

Съдържание на учебната дисциплина:

Състояние и развитие на туристическата индустрия. Състояние и развитие на международния туристически пазар. Тенденции в развитието на българската туристическа индустрия. Структура на туроператорската дейност. Структура на туристическата агентска дейност. Маркетинг и операционализиране на туроператорската дейност. Детерминиране параметрите и характеристиките на пазара на туроператорска дейност. Структура на продукта на туроператорската фирма. Подготовка на брошура. Проучване на туристическа дестинация и формиране на туристически пакет. Подготовка на продуктовия микс. Реализация и дистрибуция на продукта. Дистрибуционни канали. Търговски структури в туризма. Варианти на доставка и продажба на туристически пакети. ОТА – новите лидери на туристическия пазар. Контакт с потребителите. Осигуряване на транспортното обслужване по туристически програми и пакети за групови и индивидуални туристи при: - Сухопътен транспорт; - Воден транспорт; - Въздушен транспорт; - Специализиран транспорт; Услуги, съпътстващи организирането и провеждането на туристическо пътуване. Разработване на идеен проект за туристическа агенция. Разработване на туристическа програма. Разработване на туристическа брошура.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКИ БРАНДИНГ**ECTS кредити: 6****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 2****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината разглежда основният набор от мероприятия и водещи принципи, необходими за изграждането на успешен и устойчив бранд. Дискутират се голям брой добри практики както на големи световноизвестни дестинации, така и на по-малки, но уникални по своя характер места, успели да се идентифицират по атрактивен и неповторим начин. Освен на ниво дестинация, брандингът се изучава и на ниво туристическо предприятие – заведение за настаняване, заведение за хранене и развлечения, туроператор и турагент, транспортна фирма, онлайн дистрибутор. Инструментите за успешен брандинг на туристическо предприятие се представят през призмата на разпознаваеми хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски и електронни брандове. Студентите имат възможност да дискутират реални практики и предизвикателства, с които ще се сблъскат в бъдещата им професионална реализация в тази област и с възможни решения, които могат да предложат.

Съдържание на учебната дисциплина:

Възникване и развитие на концепцията за брандинга на макро и микро ниво. Емоционални връзки между места и посетители. „Брандинг“ срещу „маркетинг“ и „бренд“ срещу „марка“. Добра практика за брандинг, предхождащ маркетинга. Стъпки за превръщането на една марка в бранд. Типология на бранда на място – общ бранд на мястото, туристически бранд, икономически бранд, бранд на общността, тематични брандове. Характеристики и символи на туристическия бранд. Етапи на представяне на

туристическия бранд. „Емоциониране“ и „позициониране“ на туристическия бранд. Мотиви за предприемане на туристическа покупка. Конкурентни предимства на туристическия бранд. Бранд мениджмънт. Брандинг стратегия на туристическите предприятия. Фактори, определящи потребителския избор на туристическия бранд – външни, културни, психологически, социопсихологически, личностни характеристики. Етапи на изграждане на туристическия бранд – оценка и одит, анализ и предимства, поддръждане и групиране, изразяване, прилагане, възприемане и нагласи, действия и последици. Показатели и модели за анализ и оценка на туристическия бранд. Показатели за възприемане, поведение, пазарни и финансови показатели. Модел на контактния брандинг и други брандинг модели. Брандинг на хотелиерско предприятие. Същност на хотелиерския продукт. Разпознаваемост и уникални черти на хотелиерските брандове. Брандинг на ресторантьорско предприятие. Същност на ресторантьорския продукт. Диверсификация на потребителското търсене на ресторантьорски продукт. Разпознаваемост и уникални черти на ресторантьорските брандове. Брандинг на all-inclusive курортен комплекс. Същност на курортните комплекси тип all-inclusive. Разпознаваемост и уникални черти на all-inclusive комплексите. Брандинг на туристически оператор. Компоненти на туроператорския продукт. Корпоративна култура и конкурентни предимства на туристическия оператор. Електронен брандинг (E-branding). Предимства и недостатъци на електронния бранд. Оценка на ефективността на електронния бранд. Ребрандинг на туристическа дестинация с неблагоприятна репутация в миналото. Основни инструменти за ребрандинг на туристическата дестинация. Брандинг на големи и малки туристически дестинации. Концептуализация на брандинга на макро и микро ниво. Инструменти на национална брандинг стратегия.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КОНЮНКТУРА В ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ

ECTS кредити: 6

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е предназначен като специализирана информация за спецификата на конюнктурните изследвания и прогнози в туристическата индустрия в международен и национален аспект. Целта е студентите: (i) да придобият знания за мястото и ролята на конюнктурните изследвания и прогнози в международния туризъм; (ii) да осмислят функциите на конюнктурните проучвания в международния туризъм; (iii) да познават конюнктурните прогнози и анализи като инструмент на управлението на производството в туристическата индустрия; (iv) да могат да прилагат методиката на конюнктурните изследвания и прогнози в международния туризъм; (v) да са запознати със специфичните трудности и слабости при съставянето на туристически конюнктурни прогнози. Целите и задачите е студентите да придобият базови знания и практически умения за конюнктурните изследвания и прогнози в туристическата индустрия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Особености и фактори, обуславящи конюнктурата на туристическия пазар. Място и роля на конюнктурните проучвания в туристическата индустрия. Функции на конюнктурните проучвания в международния туризъм. Конюнктурните прогнози като инструмент на управлението на производството в туристическата индустрия. Световните и регионални туристически борси – отражение на конюнктурата в туристическата индустрия. Изисквания към методиката за осъществяване на туристически конюнктурни анализи и прогнози. Специфични трудности и слабости при съставянето на туристически конюнктурни прогнози. Дългосрочно, краткосрочно и оперативно пазарно-ценово проучване и методика за съставяне на туристически конюнктурни прогнози. Методи за осъществяване на дългосрочни конюнктурни анализи и прогнози. Методика за осъществяване на краткосрочни конюнктурни анализи и прогнози. Методика за осъществяване на оперативно туристическо конюнктурно проучване. Система на информацията във туристическото конюнктурно проучване. Първични и вторични източници на информация за конюнктурната ситуация в туристическата индустрия. Планиране и организация на работата при провеждането на конюнктурни туристически проучвания. Водещи международни

организации, осъществяващи туристически конюнктурни проучвания: Световната организация по туризъм, Световния съвет по пътуванията и туризма (Чикаго) и др. Водещи международни частни фирми и нестопански организации, специализирани в провеждането на конюнктурни проучвания.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ГЕОТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански Факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към преразглеждането на концепцията за същността на туризма и разкриването на нови измерения за разнопосочното му обществено въздействие. Актуалността на проблематиката се определя от нарастващото значение на устойчивото развитие като начин за комплексна промяна в обществено-икономическия живот. Лекционният курс проследява теоретичните постановки, необходими за изясняване спецификата на геотуризма и нейното практическо проявление. Специално внимание е отделено на възможностите му за поддържане и увеличаване на географския потенциал на туристическата дестинация, културата, околната среда, културното наследство и благосъстоянието на местната общност. Курсът цели преди всичко студентите по туризъм да овладеят необходимите знания за организиране на геотуристически пътувания и поддържане на геотуристическия потенциал на туристическите дестинации, както по света, така също и в България.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същности и особености на геотуризма. Геотуризмът като възможност за устойчиво развитие и запазване на преживяванията за бъдещите поколения. Развитие на концепцията за геотуризма. Геотуристическа харта. Гео-науки и туризъм. Предпоставки и възможности за преобразуване на геологическо място в туристически обект. Видово разнообразие и специфични особености на геотуристическия продукт. Геологично разнообразие. Геологични монументи. Палеотуризъм и археотуризъм. Пазарни сегменти при геотуризма. Типологизация и потребителски модели при гео-туристите. Развитие на гео-туристическа дестинация. Ограничения и ефекти от туристическото развитие на територията. Детерминирани проявленията и характеристиките на геотуристическите влияния. Услуги, съпътстващи организирането и провеждането на гео-туристическо пътуване.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ХРАНИТЕ И НАПИТКИТЕ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината е методически организирана, за да запознае студентите с управлението на храните чрез представяне на трите различни комплекса от приложни знания в областта на храните, а именно – технологичен, управленски и законодателен. Акцент в дисциплината има управлението и контрола на качеството. Знанията по храните и напитките са част от ключовите компетенции, които управленския и изпълнителния персонал в туризма е необходимо да притежават, за да могат в своята дейност да

осигурят моделите за управление на храните. Учебната програма обхваща многоаспектни в своята същност понятия. С оглед на мощните дискусии в обществото за БИО храни, за ГМО храни, за Европейски стандарти и етикети, в предмет на дискусии са основните химични и микробиологични понятия, процеси при определяне качеството на храните, а също и основните изисквания за безопасност. Други централни теми, отново свързани с динамиката за оптимизиране на качество, са влиянието на технологичните и организационни фактори. Особено значение е отделено за запознаване на студентите както с добрите практики на управлението на храните, които отразяват изключителното значение на дисциплината за съвременната технология и мениджърска практика.

Съдържание на учебната дисциплина:

Материалознание на хранителните продукти и напитките. Основни технологични процеси. Видове хранителни продукти и напитки. Свойства на храните. Свойства на напитките. Същност и характеристика на хранителната верига. Връзки между доставчици и клиенти. Качество на храните – дефиниция и основни изисквания. Безопасност на храните. Динамика в качеството на храните. Оптимизиране качеството на храните. Качество и безопасност на напитките. Видове напитки. Технологично обзавеждане на заведенията за хранене и ресторантите. Основни нормативни актове, регламентиращи въпросите на здравословни и безопасни условия на труд. Правно регулиране на храните. Общо правно регулиране. Осигуряване на хранителна безопасност на храни и напитки съгласно действащите инструкции ISO 9000 и HACCP. Специално правно регулиране на храните. Стандартизация на храните. Стандартизация на напитките. Общи изисквания към безалкохолните напитки. Основни методи при стандартизацията на алкохолните напитки. Европейско законодателство по храните. Европейски закон за храните. Регламенти от „хигиенния пакет“, „“ и „Бяла книга относно храненето“ и Стратегия на Европа относно храненето и Кодекс алиментариус относно стандартите на храненето. Микробиологични критерии на храните. Микробиологични критерии на напитките. Европейско регламентиране качеството на храните. Европейско регулиране на БИО храни, регулиране на ГМО храни. Национално законодателство за храните. Закон за храните и други закони в областта на храните и напитките. Основни наредби за храните и напитките. Национален контрол на храните. Основи на управлението на качеството. Планиране и подобрене на качеството. Управление на качеството на храните. Осигуряване качеството на храните. Контрол на качеството. Системи за управление на качеството. Управление на качеството на храните по стандарт. Управление и анализ на риска при храни и напитки. Анализ на опасностите и критични точки за контрол (HACCP). Тенденции в храненето, видове хранителни режими. Взаимовръзка между качеството на храните и напитките и туризма. Кулинарни столици в Европа.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ АТРАКЦИИ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът лекции е подготвен като специализирана информация за международните и национални тенденции в управлението на туристическите атракции. Целта е студентите: (i) да придобият базови теоретически познания за основните мениджърски инструменти; (ii) да познават спецификата на управление на туристическите атракции; (iii) да познават и да могат да прилагат основните стратегии за управление; (iv) да познават основните регулации на страната и ЕС в областта на управлението на туристическите атракции. Целите са е студентите да придобият базови знания и практически умения по преподавания материал и най-вече за основните мениджърски инструменти и стратегиите за управление на туристическите атракции.

Съдържание на учебната дисциплина:

Туристически атракции – същност и видове. Туристическо райониране. Местоположение на туристическите атракции в България. Онлайн регистър на туристическите атракции в България. Закона за туризма и организации за управление на туристическите райони (ОУТР). Теоретични основи на управлението. Видове управление на туристическите атракции. Същност и специфика на вземането на

управленско решение. Дигитализация на туристическите атракции. Характеристика на основните управленски функции. Стратегическо планиране. Процес на стратегическо планиране. Формулиране на стратегически план. Изпълнение (прилагане) на стратегически план. Етапи на процеса на изработване на управленски решения. Методи на вземане на групови управленски решения. Иновативни управленски подходи в туризма. Пазарен и продажбен потенциал на фирмата. Разработка на прогнозите за продажба. Прогнозни методи. Маркетинг микс. Фактори действащи на пазара и влияещи върху избора на маркетинг микса. Етика и социална отговорност при вземането на управленски решения. Управление на конфликтите. Развитие на европейските туристически региони. Регионална политика на европейския съюз за туризма.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

БАЛНЕОЛОЖКИ ТУРИЗЪМ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански Факултет

Анотация:

Учебната дисциплина цели усвояване на основни знания за същността, значението, традициите и съвременното състояние на балнеоложкия туризъм в България. Дисциплината дава знания за минералните водни ресурси от национално и регионално значение в Р България и възможните форми за провеждане на балнеолечение. Представя се подробна характеристика на съвременната материална база и предлаганите услуги в частния и държавния сектор в различните региони. Акцентира се, в това че бъдещето развитие на балнеоложкия туризъм в България е свързано с по-нататъшна диверсификация на предлаганите услуги и повишаване на тяхното качество, както и с подготовката на висококвалифицирани специалисти в тази област. Разкрива се дестинация България като един от световните лидери в балнеоложкия туризъм. Дисциплината „Балнеоложки туризъм“ цели студентите да усвоят комплекс от теоретични знания относно социалното и икономическото значение, характеристиките на балнеоложкия туризъм. Да формират управленски навици и висока мениджърска култура и да придобият необходимите практически умения за генериране на икономически ползи от развитието на балнеоложкия туризъм в България.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на балнеоложкия туризъм. Еволюция на балнеоложкия туризъм. Ресурсна осигуреност за развитието на балнеоложкия туризъм. Законова уредба. Съвременни изисквания и диверсификация на услугите в балнеоложкия туризъм. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Южен Черноморски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Югозападен регион. Северен Черноморски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Софийски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Средногорски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Родопски регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Югоизточен регион. Развитие на балнеоложкия туризъм и физико-химична и терапевтична характеристика на минералните води в Дунавския регион. Лечение с различни физични методи. Питейно лечение. Фанголечение. Инхалации. Ароматерапия. Музикотерапия. Мануална терапия –видове масажи. Кинезитерапия. Други алтернативни процедури и средства свързани с балнеолечението. Разработване на маркетингова стратегия за развитието на комплекс „X“ като престижна дестинация за балнеоложки туризъм в страната. Разработване на маркетингова стратегия за развитието на България като престижна дестинация за балнеоложки туризъм. Добри практики на развитието на балнеоложкия туризъм на международно ниво.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се

знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ТУРИСТИЧЕСКИ БОРСИ И ИЗЛОЖЕНИЯ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът предоставя специализирана информация, предназначена за изграждане на основни познания за функционирането на туристическите изложения (туристическите борси), както и за изграждане на ключови знания, умения и компетентности, свързани с планиране, организиране и провеждане на участието на туристическите организации (туристическите фирми) в националните, регионални международни туристически изложения (туристически борси). Особено внимание е акцентирано върху: (i) договарянето на самостоятелни щандове и/или споделено щандово пространство; бюджетирането на участието в на туристически изложения – при самостоятелна форма или в при групово участие; (ii) маркетинговите подходи за представяне и промотиране на туристическите продукти на туристическите изложения, включително оформянето и подредбата на щандовете и щандовото пространство; (iii) техниките за осъществяване на контакти водене на преговори по време на туристическите изложения и туристическите борси; (iv) участието в съпътстващите туристическите изложения информационни дейности и мероприятия; (v) приключване на участието и отчитане на резултатите и ефективността от участието в туристическите изложения и туристическите борси.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на туристическите изложения и туристическите борси като периодични и специализирани видове туристически пазари. Идентификация на пазарните сегменти и целевия пазар на туристическите изложения (туристическите борси). Видове туристически изложения и туристически борси: национални туристически изложения и борси. Организация и цели. Видове туристически изложения и туристически борси: регионални туристически изложения и борси (в рамките да даден регион съгласно регионалната класификация на Световната организация по туризъм към ООН). Организация и цели. Видове туристически изложения и туристически борси: туристически изложения и борси с международно (световно) значение. Организация и цели. Роля на националната туристическа администрация на Република България за организирането и подпомагане участието на туристическите фирми в национални и международни туристически борси и изложения. Договарянето и заплащане участието на самостоятелни щандове и/или споделено щандово пространство. Подготовка на рекламни-информационни материали и промоционални дейности. Информационно и комуникационно осигуряване на щандовете. Бюджетирането на участието в на туристически изложения – при самостоятелна форма или в при групово участие (участие със споделено щандово пространство). Маркетинговите подходи за представяне и промотиране на туристическите продукти на туристическите изложения. Оформяне и подредба на щандовете и щандовото пространство. Межкултурни особености на участниците и посетителите на туристическите изложения. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Русия, Украйна, Грузия и страните, членки на ОНД. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Близкия Изток, вкл. Израел. Техники за осъществяване на контакт и преговори с участници и посетители от Далечния Изток: Китай, Япония и Южна Корея.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ОБСЛУЖВАНЕ И ОПЕРАЦИОНЕН МЕНИДЖМЪНТ В ГОСТОПРИЕМСТВОТО

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Катедра Туризъм
Стопански факултет

Анотация:

Този учебен курс има за цел да предостави на студентите знания и умения в областта на обслужването и операционния мениджмънт в гостоприемството. Курсът обхваща ключовите аспекти на клиентското обслужване, оперативното управление на ресторанти и хотели, както и развитието на качествени гостоприемни услуги. След успешно завършване на курса студентите ще бъдат способни да: Осъществяват ефективно клиентско обслужване, следвайки най-добрите практики. Прилагат техники за комуникация и решаване на конфликти с клиенти. Разработват и прилагат операционни стратегии за управление на гостоприемни дейности. Осъществяват планиране и контрол на процесите в ресторантската и хотелската индустрия. Анализират и оптимизират операциите за подобряване на качеството на услугите.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основни принципи на клиентското обслужване в гостоприемството. Ефективна комуникация и междуличностни умения за обслужване. Решаване на конфликти и трудни ситуации с клиенти. Значимостта на операционния мениджмънт в гостоприемството. Планиране и организация на операциите в ресторанти и хотели. Управление на инвентара и доставките в гостоприемството. Управление на качеството на храната и напитките. Хигиена и безопасност в гостоприемството. Управление на човешките ресурси и екипите в ресторантьорската и хотелиерската индустрия. Маркетинг и реклама в гостоприемството: създаване на привлекателен бранд. Финансово управление и бюджетиране в ресторантската и хотелската индустрия. Технологии и иновации в гостоприемството. Устойчиво развитие и отговорна гостоприемница. Управление на гостоприемни услуги при специални събития и случаи. Проучване и анализ на успешни практики в обслужването и операционния мениджмънт в гостоприемството.

Технология за обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ И ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм
Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават със съвременните теории, практически подходи и инструменти за управление на човешките ресурси. В процеса на обучение те получават информация за развитието на теоретичната мисъл за човешкия капитал и механизмите за пълноценно управление на човешките ресурси, за съвременното управление на човешките ресурси със стойност. В центъра на вниманието са четирите основни управленски практики, насочени към текучеството на кадри, изпълнението, труда и комуникациите в организацията. Специален акцент се поставя върху въпросите, свързани с мотивацията и мобилността на човешките ресурси, подбора и задържането на таланти и организационното поведение. Студентите научават за ролята на мениджърския състав при разработване и прилагане на системите за управление на човешките ресурси, както и за същността на отдел „Човешки ресурси“ в организацията. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят управленските практики, свързани с този изключителен ресурс на всяка организация. Дисциплината е фундаментална и за първи път въвежда теорията за дейността и изискванията към персонала на туристическата организация. Не се изискват специфични предходни знания.

Съдържание на учебната дисциплина:

Теорията за човешкия капитал и промяната в понятийния апарат. Същностни различия между „човешки ресурси“ и „персонал“; между „организация“, „фирма“ и „компания“. Разпознаваемост на туристическата организация и добри практики за управление на човешките ресурси в туризма и поддържане на изключително качество на предлаганите продукти и услуги. Структурни и съдържателни характеристики на организацията. Организационно поведение – компетентност, мотивация и удовлетвореност от труда.

Съвременната практика „Управление на таланти“. Специфика на работата в екип. Сравнение на понятията „група“ и „екип“. Работа в група и работа в екип. Организиране, провеждане, цели и ползи от тимбилдинга. Добри практики за тимбилдинг. Управление на човешките ресурси със стойност. Условия за генериране на стойност в туристическата организацията. Необходимостта и ролята на специалистът по Човешки ресурси в организацията. Основни характеристики на заетите в туризма. Посоки на движение на хора в туристическата организация. Предпоставки за тежкостта на персонала. Подбор на кадрите и откриване на таланти служители. Изграждане на компетентност и талант. Обучение и развитие на кадрите в туризма. Добри практики за обучение и развитие на новонаети служители в организацията. Идентифициране на таланти служители. Категории на служителите съгласно матрицата „Компетентност – Изпълнение“ (Laura Stack, 2010). Задържане на таланти служители. Развитие на теорията за изпълнението. Методики за оценка на работата. Основни стъпки за управление на изпълнението (D. Ulrich, W. Brockbank). Стандарти за работа – същност и видове. Необходимост от използване на стандарти за изпълнение. Значение на обратната връзка за изпълнението. Основни средства за получаване на обратна информация от служителите в организацията. Създаване на ефективна структура на труда. Модели за структуриране на труда. Фактори, влияещи върху избора на модел за структуриране на труда. Създаване на ефективно работещи длъжности. Условия за атрактивна длъжност. Техники за събиране на информация за справяне с работата на съответна длъжност в организацията. Техники за реструктуриране на работата. Реквизити на длъжностната характеристика. Подходи за управление на стреса. Форми и етапи за проявление на стреса. Най-честите причини за стрес на работното място. Същност и ефективност на комуникационния процес. Комуникационни модели на Шенън и Уивър и на Д. Берло. Принципи на бизнес комуникацията – The 7 C's. Организационна йерархия и комуникационни потоци в нея. Неформални комуникационни канали в организацията. Комуникационна стратегия – същност, специфика и връзка с бизнес стратегията на организацията. Писмени и устни форми на комуникация в управлението на човешките ресурси. Управление на организационния дизайн и социалната отговорност. Същност и специфика на интервюто. Видове интервю. Интервю с кандидати за работа. Интервю за оценка на работата на служител.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ГОСТОПРИЕМСТВОТО

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е създаден с цел да предостави на студентите и интересуващите се лица знания и умения за успешното стартиране и управление на туристически бизнес. Участниците ще се запознаят с ключовите аспекти на предприемаческата дейност в туризма и ще научат как да създадат иновативни продукти и услуги, които да отговарят на нуждите на съвременните туристи. Основната цел на курса е да развие предприемаческите умения на участниците и да ги подготви успешно да стартират и управляват свой собствен туристически бизнес. След завършването на курса, участниците трябва да бъдат способни да разработват иновативни и устойчиви туристически продукти, да провеждат пазарни анализи и да управляват различните аспекти на своя бизнес.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в предприемачеството в туризма: Ролята на предприемачите в туристическия сектор, възможности и предизвикателства. Генериране на идеи за бизнес: Техники за генериране на нови идеи за туристически продукти и услуги. Пазарен анализ и целева аудитория: Идентификация на целевата аудитория и провеждане на анализ на пазара. Бизнес планиране и стратегии: Създаване на бизнес план, определяне на стратегии за развитие и растеж. Финансово управление и бюджетиране: Основи на финансовото управление, бюджетиране и приходно-разходен анализ. Маркетинг и реклама: Развитие на маркетингови стратегии, дигитален маркетинг и реклама в туризма. Управление на качеството и обслужването на клиенти: Основи на обслужването на клиенти, управление на качеството и задоволството на клиентите. Иновации и креативност: Развитие на иновативни подходи и креативни решения в туристическия бизнес. Правни и регулаторни аспекти: Разбиране на правните и регулаторни

изисквания за туристическия бизнес. Устойчиво предприемачество: Интегриране на устойчиви практики и отговорност в бизнес модела. Финансиране на стартър: Разглеждане на различни източници на финансиране за стартър в туризма. Управление на рискове: Идентификация и управление на потенциални рискове за бизнеса. Туристически трендове и прогнозиране: Разглеждане на текущи тенденции и техники за прогнозиране на развитието на туристическия сектор. Етика и корпоративна отговорност: Разглеждане на етичните въпроси и отговорността на предприемачите в туризма. Презентация на бизнес и питчинг: Техники за ефективна презентация на бизнес и привличане на инвеститори.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Лекционният курс по дисциплината е разработен като надграждащ курс в съответствие с общите цели на магистърската програма с фокус върху процесите на мениджмънта. В учебния план са предвидени общо 45 лекционни часа. Извънаудиторната заетост по учебната дисциплина е 105 часа, насочени към работа върху положения с практически характер и с цел подготовка за участие в дискусиите по отношение на възможностите за управление на маркетинга в контекста на новите управленски практики. Акцент се поставя върху както класически теоретични постановки (елементи на управлението, управленски и маркетингов цикъл на туристическото предприятие, вземане на управленски решения) така и някои по-конкретни специфични постановки от теорията на управление на маркетинга в специфични отрасли на туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в мениджмънт на маркетинга в туризма. Значение, развитие, перспективи и елементи на мениджмънт на маркетинга в туризма. Основни задачи в мениджмънта на туристическия маркетинг. Управленски и маркетингов цикъл на туристическото предприятие. Задачи и основи при вземане на решения в управленския цикъл на туристическата дейност. Приложение на вземането на решения в управленския цикъл на туристическите предприятия. Контрол в управленския цикъл. Информация и комуникация в управленския цикъл на туристическото предприятие. Управление на промените. Концепции, инструменти и процеси на управление на промяната и комуникация в процеса на промяна в туристическото предприятие. Туристическо поведение при промяна и лидерски задачи при промяна. Управление на възможностите и фактори за успех в управлението на промените в туристическата дейност. Инициране, проектиране и прилагане на процеси на промяна. Основи на управлението на конфликти: Модели за разрешаване на конфликти и модел на процеса на конфликтна дискусия. Профилирано управление на маркетинга чрез управление на нови комуникационни модели.

Технология на обучение и оценяване

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

БРАНДИНГ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризм

Стопански факултет

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Анотация:

Дисциплината разглежда основният набор от мероприятия и водещи принципи, необходими за изграждането на успешен и устойчив хотелски бранд. Дискутират се голям брой добри практики както на големи световноизвестни хотелски вериги, така и на по-малки, но уникални по своя характер места, успели да се идентифицират по атрактивен и неповторим начин. Освен на ниво хотел, брандингът се изучава и на ниво ресторант, туроператор и турагент, транспортна фирма и онлайн посредник като основни партньори и дистрибутори на туристически услуги като цяло. Инструментите за успешен брандинг на туристическо предприятие се представят през призмата на разпознаваеми хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски и електронни брандове. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с теоретичната рамка за хотелския брандинг, методологическата рамка за изследване на неговата ефективност, съществуващите брандинг модели, стъпките и заинтересованите страни при изграждане на устойчив хотелски бранд.

Съдържание на учебната дисциплина:

Възникване и развитие на концепцията за брандинга на макро и микро ниво. Емоционални връзки между места и посетители. „Брандинг“ срещу „маркетинг“ и „бранд“ срещу „марка“. Добра практика за брандинг, предхождащ маркетинга. Стъпки за превръщането на една марка в бранд. Характеристики и символи на хотелския бранд. Етапи на представяне на хотелския бранд. „Емоциониране“ и „позициониране“ на хотелския бранд. Мотиви за предприемане на покупка. Конкурентни предимства на хотелския бранд. Бранд мениджмънт. Брандинг стратегия на хотелиерските предприятия. Фактори, определящи потребителския избор на хотелския бранд – външни, културни, психологически, социопсихологически, личностни характеристики. Етапи на изграждане на хотелския бранд – оценка и одит, анализ и предимства, подреждане и групиране, изразяване, прилагане, възприемане и нагласи, действия и последствия. Показатели и модели за анализ и оценка на хотелския бранд. Показатели за възприемане, поведение, пазарни и финансови показатели. Модел на контактния брандинг и други брандинг модели. Брандинг на хотелиерско предприятие. Същност на хотелиерския продукт. Разпознаваемост и уникални черти на хотелските брандове. Брандинг на ресторантьорско предприятие. Същност на ресторантьорския продукт. Диверсификация на потребителското търсене на ресторантьорски продукт. Разпознаваемост и уникални черти на ресторантьорските брандове. Брандинг на all-inclusive курортен комплекс. Същност на курортните комплекси тип all-inclusive. Разпознаваемост и уникални черти на all-inclusive комплексите. Брандинг на туристически оператор. Компоненти на туроператорския продукт. Корпоративна култура и конкурентни предимства на туристическия оператор. Електронен брандинг (E-branding). Предимства и недостатъци на електронния бранд. Оценка на ефективността на електронния бранд. Брандинг стратегия на хотелска верига Four Seasons. Уникални черти на бранда. Брандинг стратегия на хотелска верига Kempinski. Уникални черти на бранда.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА СЪБИТИЯ В ХОТЕЛИ**ECTS кредити: 5****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 3****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите, изучаващи дисциплината се запознават със технологията на организиране на събития в хотели за нуждите на туризма. Дисциплината разкрива технологията на организиране и менажиране на подобен род събития. Запознава студентите със маркетинга, правните аспекти, технологията, финансирането, бюджетирането, както и с тенденциите при планирането на събития в хотели. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания по преподаваната материя, която включва организиране на събития в хотели и тяхното влияние върху туризма, значението на планиране на местоположението на конференцията, както и осигуряване на качеството за удовлетвореност на гостите на събитието.

Съдържание на учебната дисциплина:

Какво представлява секторът за конференции и събития? Сектори и услуги на хотелиерската индустрия. Планиране на събития срещу управление на събития. Индустрия за планиране на събития: История и

пазарни проучвания. Индустрия за планиране на събития: Тенденции и растеж. Осигуряване на качеството при планирането на събития и конференции. Планиране на местоположението на конференцията: Удобства и проверка. Планиране и резервиране на развлечения за събития и конференции. Ролята на конгресните и посетителските бюра в планирането на събития. Правни въпроси при планирането на събития. Кетъринг и банкетни услуги на конференции и събития. Обслужване на банкети: Стандарти, видове и дефиниция. Кетъринг за банкети: управление и тенденции. Наддаване и предложения за конференции в хотели. Значението на тиймбилдинга в хотелиерската индустрия.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КЕТЪРИНГ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Кетърингът е значим сектор в индустрията на гостоприемството, който предоставя разнообразни професионални възможности. Заведения за хранене, фирми за събитийно планиране, хотелски вериги и дори частни предприемачи имат нужда от специалисти с познания в кетъринга. Учебният курс има за цел да запознае студентите с основните аспекти на организацията и управлението на кетъринг събития. Курсът обхваща планирането, изпълнението и координацията на кетъринг услуги, както и уменията за обслужване на клиенти и мениджмънта на екипи. Изучаването на дисциплината не само предоставя специализирани знания и умения, но и разширява хоризонтите на студентите, като ги подготвя за успешни кариери в динамичната индустрия на гостоприемството и събитийното планиране.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в кетъринга: основни понятия и типове събития. Планиране и дизайн на кетъринг събития: тематика, декорации, меню. Логистика и управление на ресурси в кетъринга. Мениджмънт на клиентски отношения в кетъринга. Мениджмънт на персонала в кетъринг бизнеса. Техники за подбор на доставчици и сътрудници. Финансово управление и бюджетирание на кетъринг събития. Правни и регулаторни аспекти на кетъринг услугите. Темпоралност и координация на кетъринг събития. Тенденции в съвременния кетъринг бизнес. Кетъринг за корпоративни събития и семинари. Сватбени кетъринг услуги: организация и изпълнение. Иновации в дизайна на събитията и кетъринга. Кетъринг за културни и мултинационални събития. Технологични иновации в кетъринга.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

СОМЕЛИЕРСТВО

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 3

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът цели да предостави на студентите знания и умения в областта на вината и напитките, които ще ги подготвят за професионална кариера като сомелиери. Програмата включва теоретични и практически аспекти на селекция, сервиране и оценка на вина и други алкохолни напитки. Целта на дисциплината е да запознае студентите с основните аспекти на сомелиерството, да ги научи как да разпознават, оценяват и подбират вина и напитки според различни критерии и да развие тяхната способност за ефективно комуникиране с клиенти.

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в сомелиерството и история на виното. Основни видове гроздови сортове и региони за винопроизводство. Техники за дегустация и оценка на вино. Съчетаване на храна и вино: основни принципи. Сервиране и отваряне на вино: практически аспекти. Шампанското и други искрящи вина. Десертни вина и десертни комбинации. Вина от Новия свят срещу Вина от Стария свят. Вино и здраве: факти и митове. Селекция и закупуване на вина за ресторантски винен лист. Специални вина и редки напитки. Винени дестилати: уиски, коняк, текила и други. Винени дефекти и как да ги разпознаем. Етикети и правила на поведение при консумация на вино. Ролята на сомелиера в ресторантьорската индустрия и професионални съвети

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ЛУКСОЗНИ ХОТЕЛИ**ECTS кредити: 5****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 3****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с луксозното хотелиерство или предлагането на услуги във високо-категорийни хотели. Акцентът обаче е поставен върху управленските аспекти на организацията на работа на бутикови хотели, резиденции и др. и обслужването на туристите, така че да отговори на очакванията на специфичния потребителски профил на туристите, посещаващи ги. Специален акцент е поставен върху качеството и сигурността, тяхното осигуряване и управление. Преподаването ѝ е свързано с усвояване на теоретични знания и практически умения, за да предостави на студентите необходимата база за разбиране и управление на обекти, предоставящи високо специализирано и персонализирано обслужване, каквито са луксозните хотели, успоредно с разбирането за различните потребителски сегменти. Целта на дисциплината е ориентирана към подготовка на обучаващите се студенти за работа в специфичния сектор на луксозните хотели. Преподаваният материал е интердисциплинарен с практическа насоченост. Включва знания, умения и способности за инициране и ръководене на успешни луксозни маркетингови стратегии – силно търсени от туристически компании от висок клас и премиум марки.

Съдържание на учебната дисциплина:

Светът на хотелиерския мениджмънт в луксозното хотелиерство. Маркетинг на луксозното хотелиерство. Осигуряване на качеството в луксозното хотелиерство. Организационно поведение в луксозното хотелиерство. Стратегия за международна експанзия. Преговори. Бизнес игра. Управление на проекти и събития. Потребителско търсене и потребителски сегменти. Управление на персонала. Управление на сигурността.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ХОТЕЛСКА АНИМАЦИЯ**ECTS кредити: 5****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 3****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Ефективната организация и провеждане на разнообразни забавления и анимационни активности в хотели и курорти е от съществено значение за удовлетворението на гостите и оптималното функциониране на

Седмичен хорариум: 3л + 0су**Вид на изпита:** писмен**Седмичен хорариум: 3л + 0су****Вид на изпита:** писмен

туристическите обекти. Студентите, които изучават тази дисциплина, развиват умения за създаване на забавни и интересни програми, умения за комуникация с гостите и способност да предоставят незабравими туристически преживявания. Това подготвя студентите за успешна кариера в сферата на туризма и гостоприемството, като им осигурява конкурентно предимство на пазара на труда. Целта на курса е да развие у студентите умения и компетенции, необходими за успешната организация и провеждане на анимационни активности в сферата на туризма и гостоприемството. Курсът цели да подготви студентите за професионално взаимодействие с гостите и да им осигури практически знания за създаване на забавни и обогатяващи преживявания.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в хотелската анимация: Значение, история и влияние върху гостоприемството. Психология на гостите: Разбиране на различните предпочитания и интереси на гостите. Планиране на анимационни програми: Създаване на разнообразни програми за различни аудитории. Тиймбилдинг и екипни забавления: Организиране на дейности за подобряване на взаимодействието в екипите. Креативни занимания и ръчни умения: Арт и ръчни работи за участниците. Спорт и рекреация: Организиране на спортни състезания, игри и фитнес дейности. Вечерни представления и шоута: Планиране и изпълнение на забавни вечери и шоута. Комуникационни умения и взаимодействие с гостите. Тематични събития и празници: Организиране на специални събития и тематични партита. Техническо оборудване и технологии: Използване на технически ресурси за забавления. Управление на ресурси и бюджет: Планиране и контрол на материални и финансови ресурси. Етика и професионално поведение: Взаимодействие с гостите и сътрудниците. Устойчивост и обществена отговорност: Интегриране на екологични и социални аспекти. Оценка на ефективността на анимационните програми. Лично развитие и творчески подход: Развиване на уменията и идеите за иновации.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

УПРАВЛЕНИЕ НА ПРИХОДИТЕ В ГОСТОПРИЕМСТВОТО

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават със съвременните теории, практически подходи и инструменти за управление на приходите в сферата на гостоприемството. В процеса на обучение те получават информация за развитието на теоретичната мисъл за управлението на приходите в организацията, маркетинговия микс, диференцираното ценообразуване и връзката между качество, обслужване и цена. Специален акцент се поставя върху въпросите, свързани с ръководните принципи на управление на приходите и оптимизиране на приходите в гостоприемството. Студентите научават за ролята на мениджърския състав при управлението на приходите в организацията и значението на правните и етични аспекти в това управление. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят управленските практики, свързани с източниците на приходи в гостоприемството. Дискутира се спецификата на управление на приходите в двете основни сфери – хотелиерство и ресторантьорство. Дисциплината добавя стойност за студентите, запознавайки ги и със специализираните практически приложения на управлението на приходи в организациите от обслужващия сектор.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в управление на приходите. Цел на бизнеса и управлението на приходи. Стратегическо ценообразуване. Значението на цената в маркетинговия микс. Ролята на търсенето и предлагането в ценообразуването. Стратегическо ценообразуване. Стойност – ролята на стойността в ценообразуването; връзка между качество, обслужване и цена. Диференцирано ценообразуване. 10 принципа за управление на приходите. Оптимизиране на приходите. Правни и етични аспекти на управлението на приходи. Ролята на мениджъра в управлението на приходи. Прогнозиране на търсенето. Стратегически, текущи и бъдещи данни. Инвентар и управление на цените. Маркетингов микс. Управление на инвентара. Характеристика на стаите за оптимално управление на инвентара. Класификация на гостите по пазарен сегмент. Свърхзаестостта като стратегия за управление на инвентара. Управление на цените. Ограничения на престоя. Принципи на инвентаризация. Управление на дистрибуционните канали. Неелектронни и

електронни дистрибуционни канали. Принципи на управление на дистрибуционните канали. Оценка на управлението на приходи в местата за настаняване. STAR отчети. Анализ на конкурентните предимства. Анализ на пазарния дял. Допълнителни оценки. Управление на приходите в сектора „Храна и напитки“. Традиционни методи на ценообразуване. Прилагане на диференцирано ценообразуване. Фактори, влияещи върху възприемането на стойността в сектора „Храна и напитки“. Оценка на управлението на приходите в сектора „Храна и напитки“. Анализ на приходите. Преглед на източниците на приходи. Измерване на промяната в приходите. Оценка на ефективността на приходите. Специализирани приложения на управлението на приходи. Характеристика на организациите, прилагащи управление на приходите. Индустрии в сферата на обслужването, прилагащи стратегии за оптимизиране на приходите. Специализирано управление на приходите. Управление на приходите и маркетинг на дестинацията. Изграждане на по-добър бизнес. Бизнес въпроси в слабите, средноразвитите и силните пазари.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ХОТЕЛИЕРСКИ И РЕСТОРАНТЬОРСКИ ВЕРИГИ

ECTS кредити: 3

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Изучаването на дисциплината е изключително важно за студентите, които имат интерес към индустрията на гостоприемството и искат да работят в областта на хотелиерството, ресторантьорството или управлението на вериги от тези обекти. Дисциплината не само предоставя теоретични знания, но и приложни умения, които са от съществено значение за успешната кариера в гостоприемството. Тази дисциплина подготвя студентите да се справят с предизвикателствата и възможностите на динамичната индустрия и да допринесат за нейното развитие. Този учебен курс предоставя обширни познания за хотелиерските и ресторантьорските вериги, техните бизнес модели, управленски стратегии и операционни аспекти. Курсът ще разгледа ключови теми като създаване и развитие на вериги, маркетинг, операционно управление и тенденции в индустрията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Бизнес модели на вериги: хотели и ресторанти. Създаване и разширение на вериги: стратегии и стъпки. Маркетинг и брандинг в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Операционно управление и стандартизация във веригите. Управление на качеството и клиентското обслужване в рамките на верига. Управление на персонала и обучение в веригите. Финансово управление и бюджетиране за вериги. Устойчиво развитие и отговорност в хотелиерството и ресторантьорството. Глобални тенденции и предизвикателства в индустрията на гостоприемството. Технологични иновации и дигитализация в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Управление на кризи и рискове във веригите. Управление на енергията и ресурсите в хотелиерските и ресторантьорските вериги. Примери за успешни инициативи за устойчиво развитие. Бъдещето на хотелиерските и ресторантьорските вериги: Тенденции и предизвикателства.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ДИГИТАЛНА ДИСТРИБУЦИЯ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на дигиталните инструменти и интернет дистрибуционни системи за сферата на гостоприемството. По време на семинарните упражнения се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при създаване на рекламни материали, оферти, продукти като проектът на всеки се подлага на критичен анализ и от неговите колеги. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Предвижда се всеки един студент да разработи курсов проект/задача по предварително зададена тема. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания и умения за организация и управление на процесите, при развитие на туристическата дейност в ерата на дигитализацията и при изследването на явленията и процесите в дигиталния маркетинг и дистрибуция в гостоприемството. От студентите се изисква отговорност и активност по време на занятията и в извънаудиторната заетост.

Съдържание на учебната дисциплина:

Четвъртата дигитална революция, в контекста на дигиталната и поведенческата икономика. Модели за електронен бизнес в туризма. Канали за дистрибуция в гостоприемството: един канал, мултиканали или омниканална дистрибуция. Управление на електронна верига за доставки в туристически дестинации. Въздействие на изкуствения интелект, добавената и виртуалната реалност, геймификацията и роботиката върху сферите на пътуванията, туризма и гостоприемството. Интернет на нещата и повсеместни изчисления в сферата на туризма. Дигитализация на обектите за настаняване. Дигиталната еволюцията на системите за онлайн резервации. Локални, регионални и глобални резервационни системи в туризма. Self Check-in/ Self Check-out. Цифрови екосистеми, комплексност и туристически мрежи. Мобилни приложения и социални мрежи. Използване на инструментите на Маркетинг 4.0 за електронен маркетинг като управление на комуникацията в Туризм 4.0. Внедряване на ИКТ за нуждите на малки туристически фирми, управлявани от собственици: Организационно вземане на решения и перспектива за лидерство. Онлайн канали за дистрибуция и управление. Приложения на изкуствения интелект и компютърните езици, при взиманията на решение в туристическото предлагане. Етична рамка за устойчиво общество в ерата на дигитализацията и изкуствения интелект: възможности, рискове, принципи и препоръки. Киберсигурността в сферите на гостоприемството и туризма: подход, основан на риска.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

**РАЗРАБОТВАНЕ НА ТЕМАТИЧЕН ПРОДУКТ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО И
РЕСТОРАНТЬОРСТВОТО
(РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)**

ECTS кредити: 4**Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 4****Методическо ръководство:**

Катедра Туризм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има силен практически фокус и акцентира върху създаването на тематични продукти в сферата на хотелиерството и ресторантьорството. Цели да развие разбиране на основните стъпки при планиране и маркетинг на специфичен вид продукти. Целта на дисциплината е да се придобият умения за създаване на тематичен продукт в хотелиерството и ресторантьорството.

Съдържание на учебната дисциплина:

Процесът на създаване на нов продукт. Четирите Р в туристическия маркетинг. Тематични продукти в хотелиерството – видове, добри практики. Генериране на идея. Планиране и разработване на компонентите на маркетинговия микс за тематичен продукт в хотелиерството и ресторантьорството. Мониторинг на туристическата удовлетвореност след въвеждането на нов тематичен продукт.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при

осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ФРАНЧАЙЗИНГ В ГОСТОПРИЕМСТВОТО

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът насочва вниманието на студентите към концепцията на франчайзинга в гостоприемството и неговото приложение в ресторантьорската и хотелиерската индустрия. Курсът обхваща основните аспекти на франчайзинга, от създаването и развитието на франчайз марки до управлението и устойчивото развитие на франчайзингов бизнес. Целите на курса са: Да представи на студентите знания за същността и предимствата на франчайзинга в гостоприемството. Да ги запознае с основните етапи на разработка и управление на франчайз марки. Да развие технически и стратегически умения за успешно включване в франчайзинговата индустрия.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в франчайзинга: дефиниция, история и модели. Предимства и рискове на франчайзинга в гостоприемството. Етапи на създаване на франчайз марка: от идеята до реализацията. Създаване на франчайзингов бизнес план. Управление и организация на франчайз мрежата. Маркетинг и реклама във франчайзинга. Обучение и подготовка на франчайз партньори. Финансиране и инвестиции във франчайзинга. Правни и юридически аспекти на франчайзинга. Управление на качеството и стандартизация във франчайзинговата система. Международен франчайзинг: глобални предизвикателства. Иновации и адаптация във франчайзинга. Устойчиво развитие на франчайз марката. Тенденции и бъдещи перспективи във франчайзинга. Проучване и анализ на успешни франчайз марки в гостоприемството.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

ПРИЛОЖНИ МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има силен практически фокус и акцентира върху провеждането на маркетингови проучвания в хотелиерството и ресторантьорството. Цели да развие разбиране на основните методи и стъпки при емпирично изследване, включително анализ и представяне на резултатите. Целта на дисциплината е да се придобият провеждане на маркетингово проучване в сферата на хотелиерството и ресторантьорството.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в маркетинговите проучвания в туризма: Основни понятия, роля и значение на маркетинговите проучвания за туристическия бизнес. Дизайн на проучването: Планиране на маркетингови проучвания, определяне на цели и избор на подходящи методи и техники. Събиране на данни: Избор на методи за събиране на данни - анкети, интервюта, наблюдения и други. Анализ на данните: Обработка и интерпретация на събраните данни, използвайки статистически инструменти и софтуер. Сегментация на пазара и целева аудитория: Идентификация на потребностите на различни сегменти от пазара и определяне на целевата аудитория. Прилагане на различни методи и техники за анализ на туристическия пазар - SWOT анализ, PESTEL анализ, конкурентен анализ и др. Определяне на

конкурентни предимства: Изследване на конкурентната обстановка и определяне на конкурентните предимства на туристическите продукти и услуги. Потребителски поведения и предпочитания: Изучаване на поведението на туристите, техните мотивации и предпочитания. Маркетингови сегменти и тенденции: Анализ на различни маркетингови сегменти и текущите тенденции в туристическата индустрия. Интернет и социални медии в маркетинговите проучвания: Използване на онлайн платформи и социални мрежи за събиране на данни и анализ на туристическия пазар. Пазарна позиция и брандиране: Анализ на пазарната позиция на туристически марки и разработване на стратегии за брандиране. Маркетингови комуникации и реклама: Оценка на ефективността на маркетинговите комуникации и рекламни кампании. Клиентско удовлетворение и лоялност: Измерване на клиентското удовлетворение и разработване на стратегии за увеличаване на клиентската лоялност. Прогнозиране на тенденции и промени: Използване на маркетингови проучвания за прогнозиране на бъдещи тенденции и адаптиране на стратегиите. Етика и отговорност в маркетинговите проучвания: Разглеждане на етичните аспекти на събирането и използването на данни в маркетинговите проучвания

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.

КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 4

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на организационната и корпоративната култура и културата на обслужване в сферата на туризма. По време на семинарните упражнения се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при изучаване и измерване на ролята на корпоративната култура в туристическите предприятия, с цел разработване на проект и общата му дискусия. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Предвижда се всеки един студент да разработи курсов проект/задача по предварително зададена тема. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания и умения за организация и управление на процесите, при формирането и имплементирането на корпоративната култура в дадено туристическо предприятие.

Съдържание на учебната дисциплина:

Корпоративната култура, в контекста на дигиталната и поведенческата икономика. Организации, фирми, корпорации. Модели за корпоративна култура. Култура и стратегия. Какво представлява лидерството? Ролята на корпоративната култура за ефективността на и качеството на продукта. Удовлетворението на клиентите и връзката му с печалбата. Корпоративната култура като фирмена репутация. Идентичност и корпоративен имидж. Корпоративна устойчивост. Корпоративна социална отговорност. Мотивация. Използване на инструментите на Маркетинг 4.0 за електронен маркетинг като управление на комуникацията в Туризъм 4.0. Внедряване на ИКТ за нуждите на малки туристически фирми, управлявани от собственици: Организационно вземане на решения и перспектива за лидерство. Култура на промяната и развитието. Приложения на изкуствения интелект и компютърните езици, при взиманията на решение. Етична рамка: възможности, рискове, принципи и препоръки. Кризи, катаклизми и икономически, социални и здравни рискове.

Технология на обучението и оценяване:

Обучението по учебната дисциплина се извършва под формата на лекции и семинарни упражнения. Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността по време на семинарните занятия, при осъществяването на текущия контрол, като от сериозно значение са резултатите, постигнати от поставените задания и тестове.