



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 Иновации и предприемачество в туризма

Образователно–квалификационна степен: Магистър

Обучението е предназначено за завършили ОКС "бакалавър" / "магистър" в професионално направление и 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 „Иновации и предприемачество в туризма”, както и областите на тяхната бъдеща професионална реализация.

Организацията на обучението по учебен план е съобразена с изискванията на съвременния пазар на труда и има за основна цел да подготви конкурентноспособни, висококвалифицирани специалисти в туристическата индустрия.

Обучението за придобиване на професионална квалификация по “Иновации и предприемачество в туризма” в образователно-квалификационна степен “Магистър” се осъществява в рамките на професионално направление 3.9 Туризм. Съобразено е със спецификата на туристическата индустрия и предизвикателствата пред предприемаческите инициативи в национален, регионален и международен план.

Завършилите магистърската програма по „Иновации и предприемачество в туризма” получават ключови знания, умения и управленски компетенции в практическото реализиране на различни предприемачески подходи. Фокусът е поставен върху усвояване на устойчиви бизнес модели и предприемаческо мислене, поведение и качества, способстващи реализацията на успешни предприемачески инициативи.

2. ЦЕЛ НА ПОДГОТОВКАТА:

Целта на обучението е да подготви специалисти за професионална изява в областта на предприемачеството, притежаващи иноваторски дух и инициативност.

Магистърската програма включва задължителна специализирана подготовка, избираеми и факултативни дисциплини, изучавани от обучаващите се. На тази база, има за задача да подготви висококвалифицирани, иновативни и конкурентноспособни специалисти в областта на предприемачеството, които да отговарят на технологичните промени и изисквания на бизнеса. За целите на обучението са привлечени и специалисти от практиката, които да предадат своя опит, умения и знания в подготовката на студентите.

В хода на обучението се възлагат практико-приложни проекти, които да допринесат за прилагане на придобитите знания и умения в практическа среда.

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

Знания

Магистърската програма по „ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО И ИНОВАЦИИ В ТУРИЗМА” предоставя знания за разбиране същността на предприемачеството, иновациите, и иновационните процеси в туризма. Завършилите магистърската програма притежават знания относно основните видове иновации в туристическата индустрия по отношение на конкретното и приложение и въздействието, което оказват върху промяната на потребителските навици. Те могат:

- да обясняват различните видове основни категории иновации;
- да обясняват и пресъздават основните функции на предприемаческата дейност в туризма;
- да изброяват и обясняват същността на отделните етапи в линейните, цикличните и обобщените иновационни процес;
- да обясняват същността на основните техники по генериране и подбор на иновационни идеи;
- да представят съдържанието, насочеността и предназначението на основните видове иновационни стратегии;
- да обясняват значението и приложното поле на управлението на риска в процесите на предприемаческата дейност и реализирането на иновационните проекти; генерирането и избора на иновационни идеи, планирането, организацията, контрола и мониторинга на иновационните процеси, както и мотивирането на персонала за тяхното провеждане;
- да познават процесите по предизвикване и управляване на промените в организацията, създаване на иновации и насочване на творческите и бизнес процесите

Умения

Завършилите магистърската програма притежават следните умения:

- Да реализират самостоятелна предприемаческа дейност (включително и функциите по цялостното управление, планиране, организация и контрол на собствен туристически бизнес), 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 иновационни идеи, 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 иновационните процеси/иновационните проекти;
- Да изработват маркетинг планове и маркетингови стратегии на бизнес организацията, в която работят или която ръководят;
- Да осъществяват самостоятелно или в екип или като ръководители на екип маркетингови проучвания и проучвания на мнението на потребителите;
- 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 туристическото 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.

Компетентности

Характеристиките на компетентностите, които ще се усвояват са заложиени в съответствие с 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 вземат самостоятелни 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 изгражда в себе си и да развива на разностранна лична лингвистична компетентност, позволяваща бърза ориентация в динамиката на лексикалния състав на съответния език в сферите на туристическата и бизнес терминологията.

- Да притежава способност самостоятелно да изработва и предлага управленски решения по отношение на ежедневните бизнес операции и дейности на устойчивото развитие на туризма, както и за прилагане на законодателството за здраве и безопасност при труд, социална сигурност и защита на потребителите в съответствие с концепцията за устойчиво развитие в дейността на организацията.

- Да е в състояние да избира и прилага принципите на бизнес етиката и съществуващото международно, европейско и национално законодателство и регулация в сферата на туризма в вътрешните правила и нормативни документи на туристическите организации;

- Да притежава способността да се интегрира в екип и да притежава капацитета да сформира и организира екипи от хора за работа в сферата на малкия и среден бизнес и за реализацията на иновативни проекти;

- Да притежава капацитета да отговаря по подходящ начин на потребностите на потребителите и да подбира подходящите начини за тяхното удовлетворение в съответствие с продуктите/услугите, предлагани от съответната организация/фирма;

Да притежава капацитета да координира работата на отделни служители/отдели/подразделения в съответната организация/фирма;

- Да подбира и използва подходящите методи за осъществяване на количествен и качествен анализ и да притежава капацитета за прилагане на съвременните методи за събиране и обработка на данни за нуждите на бизнес организациите и публичните институции в сферата на туризма;

- Да е състояние да предлага и подбира подходящи идеи за разработването на нови туристически продукти и/или отделни нови услуги и производствени технологии в сферата на туризма.

- Да може да провежда самостоятелно или в екип проучвания на туристическите пазари или на аудиториите от заинтересовани лица и потребителите в сферата на туризма.

4. ПРОФЕСИОНАЛНОТО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ НА СПЕЦИАЛИСТА

Студентите, завършили обучението си в магистърска програма „Иновации и предприемачество в туризма”, придобиват квалификация, която ги прави конкурентоспособни на трудовия пазар и им гарантира успешна професионална реализация. Успешна трудова кариера завършилите реализират и като корпоративен и/или иновационен мениджър, индустриален предприемач, консултант, технологичен посредник, държавен експерт в министерства, ведомства, областни и общински администрации, производствен директор и др. Получените знания и уменията, формирани по време на обучението, са надеждна основа и за планиране, организиране и управление на собствен/иновационен бизнес.

5. СФЕРИ НА ПРОФЕСИОНАЛНА РЕАЛИЗАЦИЯ

Завършилите магистърска програма „Иновации и предприемачество в туризма” 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 (кетъринг); 1412 / 3009 Ръководител, отдел в ресторант; 1412 / 3010 Гостилничар; 1412 / /3011 Съдържател, ресторант; 1431 / 3015 Управител, отдих; 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 специалността "Иновации и предприемачество в туризма" за образователно-квалификационна степен "Магистър" с професионална квалификация "Магистър по иновации и предприемачество в туризма" 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

ОБЛАСТ НА ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ: 3. СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И ПРАВНИ НАУКИ

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: 3.9. ТУРИЗЪМ

СПЕЦИАЛНОСТ: ИНОВАЦИИ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ТУРИЗМА

ОБРАЗОВАТЕЛНО-КВАЛИФИКАЦИОННА СТЕПЕН: МАГИСТЪР

ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ: МАГИСТЪР ПО ИНОВАЦИИ И ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ТУРИЗМА

ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ: РЕДОВНА И ЗАДОЧНА

Първа година			
Първи семестър	ECTS кредити	Втори семестър	ECTS кредити
1. Предприемачество в туристическия сектор	5.0	1. Стартъпи в туризма	4.0
2. Управление на маркетинга в туризма	5.0	2. Финансиране на предприемачески инициативи в туризма	3.0
3. Управление на иновациите в туризма	5.0	3. Избираема дисциплина	4.0
4. Управление на човешките ресурси и организационно поведение	5.0	4. Избираема дисциплина	4.0
5. Избираема дисциплина	5.0	Държавен изпит или защита на дипломна работа	15.0
6. Избираема дисциплина	5.0		
Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини от групата)		Избираеми дисциплини (студентите избират две дисциплини от групата)	
Избираеми дисциплини		Избираеми дисциплини	
1. Ситуационен анализ (разработване на практически проект)	5.0	1. Управление на веригите на доставките в туризма	4.0
2. Разработване на туристически продукт (разработване на практически проект)	5.0	2. Приложни маркетингови проучвания (разработване на практически проект)	4.0
3. Проектиране на предприемачески екосистеми (разработване на практически проект)	5.0	3. Интелектуален капитал и интелектуална собственост в туризма	4.0
4. Споделена икономика и туризъм	5.0	4. Дигитализация в туризма	4.0
		5. Маркетинг в социалните медии	4.0
	Общо 30		Общо 30

ОБЩО ЗА 1 УЧЕБНИ ГОДИНИ: 60 КРЕДИТА

ОПИСАНИЕ УЧЕБНИ ДИСЦИПЛИНИ
Специалност: Иновации и предприемачество в туризма
ОКС «Магистър»

ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Курсът е създаден с цел да предостави на студентите и интересувашите 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 да успешно 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 стартап: Разглеждане на различни източници на финансиране за стартапи в туризма. Управление на рисковете: 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 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 МАРКЕТИНГА В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

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

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

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 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 ИНОВАЦИИТЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината предоставя изчерпателни познания от областта на иновациите в хотелска и ресторантьорска дейност, но също и на ниво туристически дестинации в релацията *смайт хотел - смайт дестинация*. Тъй като привлекателността на всеки туристически продукт пряко зависи от иновативния му потенциал, то основната цел на дисциплината е да даде основни знания и разбирания за иновациите и конкурентоспособността. Допълнително, управлението на иновациите се свързва с предприемаческия потенциал на туристическото предприятие, затова друг основен фокус в дисциплината се поставя върху възможностите за предприемаческа дейност чрез иновации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в иновациите в туризма. Значение, развитие, перспективи и елементи на управлението на иновациите в туризма. Основни задачи в иновациите в контекста на конкурентоспособността на туристическите предприятия. Задачи и основни действия при въвеждане на иновации в туризма. Приложение на вземането на решения в управленския цикъл на туристическите предприятия чрез въвеждането на иновации. Маркетингане чрез иновации в туризма. Информация и комуникация в управлението на иновациите. Иновации и управление на промените. Концепции, инструменти и процеси на управление на иновациите в туристическото предприятие. Туристическо поведение при въвеждане на иновации. Управление на възможностите и фактори за успех чрез управление на иновациите в туристическата дейност. Инициране, проектиране и прилагане на процеси на промяна чрез иновации. Лидерство чрез туристически иновации.

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 ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ И

ОРГАНИЗАЦИОННО ПОВЕДЕНИЕ

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

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 текущото 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.

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 тиймбилдинга. Добри практики за тиймбилдинг. 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 текущото 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 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.

СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Основната цел на курса е студентите да изградят умения за изпълнение на практически проект (самостоятелно в малки групи) в обхвата на иновациите и предприемачеството като придобият умения за ситуационен анализ. Основната задача е да се развият способности за анализ in-situ, а също и свързани с тях социални умения, да се прилагат прийоми за работа в екип и да се работи с методите на събиране, обобщаване и анализиране на информация и чрез прилагане на методи на планиране, мониторинг, комуникация, координация, бюджетиране и т.н.). В зависимост от практическия проект или интегративния казус се развият умения за ситуативен анализ на бизнес казус, намиране и предлагане на икономически отговорни решения, ситуативен анализ при управление на риска, ситуативен анализ за межкултурна интеракция, ситуативен анализ на организационна и социална компетентност, компетентност за управление на бюджета и не последно място анализ за управление на проекти.

Съдържание на учебната дисциплина:

Основи на ситуационния анализ. Ситуационен анализ на иновативни решения в туризма. Анализ на качествените и количествените данни. Ситуационен анализ чрез избор на иновативен дизайн на проучванията. Анализ чрез видове въпроси. Анализ на иновативна и предприемаческа дейност чрез събиране, обработка и оценка на данни. Анализ чрез онлайн въпросник. Ситуационен анализ на предприемаческа дейност в туризма. Анализ чрез събиране и оценяване на данни. Анализ чрез статистически процедури за оценка. Анализ на предприемачеството и иновациите в туризма чрез контент-анализ. Ситуационен анализ на добри иновативни практики в масовия туризъм. Ситуационен анализ на добри иновативни практики в специализирани форма на туризма – собствено проучване. Презентиране и защитаване на практическия проект.

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.

РАЗРАБОТВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ (РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)

ECTS кредити: 5

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с теоретични и практико-приложни въпроси във връзка с разработването на устойчиви и конкурентноспособни туристически продукти. Преподаването ѝ е свързано с разглеждането на дефинициите за туристически продукт, туристически ресурси и въобще елементи, имащи отношение към процеса на разработване на туристически предложения. Знанието се позиционира на две функционални нива, а именно – на ниво дестинация, както и на ниво предприемачи. Внимание се отделя още на процеса на планиране и маркетинг, с акцент върху иновациите. Курсът като цяло, обхваща теоретични рамки, практически казуси и практически дейности, за да предостави на студентите необходимите знания и умения във връзка с овладяването на процеса на разработване на туристически продукт. Целта на дисциплината е поставена върху преподаването и усвояването на знания за създаване на туристически продукт, който отговаря на потребностите на пазара и в същото време е устойчив.

Съдържание на учебната дисциплина:

Разработване на туристически продукти. Въведение. Определяне на туристическите ресурси с туристически потенциал. Препоръки за разработване на продукти в дестинации. Разработване на продукти. Насовки за дребния бизнес. Конкурентно предимство. Определяне на конкурентите. Сегментиране на пазара. Пазарните проучвания като инструмент за вземане на пазарни решения.

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Вид на изпита: писмен

Необходими пазарни данни за разработване на туристически продукт. Заинтересовани страни в управлението на продукта. Деференциация на продуктите. Проект: Иновациите в управлението – анализ на целесъобразността. Изготвяне на бюджет и анализ на равновесието между приходи и разходи. Проект: Ролята на рекламната кампания за успеха на продукта. Проект: Проучване на добри практики за устойчиви модели за туризъм – предлагане и потребление на туристически продукти.

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.

**ПРОЕКТИРАНЕ НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ЕКОСИСТЕМИ
(РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ ПРОЕКТ)**

ECTS кредити: 5

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 1

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Учебната дисциплина е ориентирана към запознаване на студентите с основни елементи на т.нар. „етично предприемачество“ (Taylor & Walley, 2003), за да насочи тяхното внимание към възможностите за създаване и управление на устойчиви и иновативни предприемачески инициативи. Преподаването ѝ е свързано с изясняване на основни концептуални постановки, свързани с дефиницията и компонентите на предприемаческите екосистеми, значението на устойчивото предприемачество в развитието на екосистемите, ключовите заинтересовани страни и техните роли в екосистемата за туризъм и др. Специално внимание се обръща на регулаторните предизвикателства и възможности в устойчивите екосистеми. Курсът като цяло, обхваща теоретични рамки, практически казуси и практически дейности, за да предостави на студентите необходимите знания и умения, за да допринесат за развитието на устойчиви предприемачески екосистеми. Целта на дисциплината е поставена на изследване пресечната точка на предприемачеството, устойчивостта и развитието на екосистемите като предпоставка за постигане на ефективни и ефикасни резултати при развитието на туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Устойчивост в предприемачеството. Разбиране на устойчивото развитие и неговото значение за предприемачеството. Тройна крайна сметка: хора, планета и печалба. Устойчиви бизнес модели и практики в туризма. Въведение в предприемаческите екосистеми. Дефиниция и компоненти на предприемаческите екосистеми. Значението на устойчивото предприемачество в развитието на екосистемите. Ключови заинтересовани страни и техните роли в екосистемата за туризъм. Екосистемни градивни елементи. Идентифициране и картографиране на елементи на екосистемата. Достъп до капитал и механизми за финансиране за устойчиви начинания. Инфраструктура и организации за подпомагане на предприемачите. Политически и регулаторни рамки. Правителствени инициативи и политики за подкрепа на устойчивото предприемачество. Правни съображения за устойчиви начинания. Регулаторни предизвикателства и възможности в устойчивите екосистеми. Измерване на социално и екологично въздействие. Метрики за измерване на социално и екологично въздействие. Инструменти и рамки за оценка на въздействието. Включване на измерване на въздействието при вземането на бизнес решения. Сътрудничество и развитие на мрежата. Изграждане на мрежи за сътрудничество в рамките на предприемачески екосистеми. Ангажиране със заинтересованите страни и насърчаване на партньорства. Използване на ресурси и споделяне на знания за устойчиво предприемачество. Устойчиво предприемаческо мислене. Развитие на предприемаческо мислене с фокус върху устойчивостта. Идентифициране на възможности за устойчиви начинания. Иновации и креативност за водени от устойчивостта туристически бизнеси. Казуси от успешни устойчиви екосистеми. Анализирани примери от реалния свят за устойчиви предприемачески екосистеми. Разглеждане на стратегиите и факторите, допринасящи за техния успех. Научени поуки и най-добри практики за репликация в туризма. Предприемачески екосистеми в специфични контексти. Проучване на уникални предизвикателства и възможности в различни региони или сектори. Глобални перспективи за устойчиви предприемачески екосистеми (в туризма). Културни, социални и икономически съображения в развитието на екосистемите. Създаване и прилагане на стратегии за устойчиви екосистеми. Разработване на устойчива стратегия за предприемаческа екосистема. Планиране и изпълнение на действие. Мониторинг и оценка на напредъка в развитието на екосистемата.

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.

СПОДЕЛЕНА ИКОНОМИКА И ТУРИЗЪМ**ECTS кредити: 5****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 1****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Споделената икономика преживява бързо развитие и се интегрира във все по-големи сфери, включително туризма. Изучаването на дисциплината е от съществено значение за студентите, които се интересуват от туризма и са на път да влязат в индустрията. Учебният курс се фокусира върху взаимодействието между съвременната споделена икономика и сектора на туризма. Курсът разглежда влиянието на технологичните иновации и онлайн платформите върху начина, по който се пътува и изживява туризмът, както и възможностите и предизвикателствата, свързани с този процес. Целта на курса е да предостави студентите със знания и аналитични умения за разбиране на споделената икономика в контекста на туризма. Курсът се стреми да разкрие как технологичните платформи, като AirBnB, Uber и други, променят динамиките на туризма и какви са възможностите за предприемачество и иновации.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение в споделената икономика и нейната роля в туризма. Исторически и контекстуален преглед на развитието на споделената икономика. Влиянието на споделената икономика върху туристическата индустрия: тенденции и предизвикателства. Технологични платформи и техните роли в процеса на пътуване и изживяване на туризма. Airbnb и въздействието му върху настаняването и пазара на туристически услуги. Споделен транспорт и мобилност: Uber, Lyft и нови модели за пътуване. Онлайн платформи за туристически екскурзии, развлечения и специализирани преживявания. Ресторантьорство в споделената икономика: Food delivery платформи и гурме преживявания. Споделената икономика и устойчивият туризъм: възможности за опазване на околната среда и културното наследство. Технологични иновации в маркетинга на туризма: виртуална реалност, допълнена реалност и социални медии. Развиване на нови туристически продукти и услуги чрез споделената икономика. Ролята на социалните мрежи и онлайн рецензиите върху избора на туристически дестинации и преживявания. Етични предизвикателства и рискове в споделената икономика и туризма. Влияние на споделената икономика върху традиционните бизнес модели в туризма. Бъдещето на споделената икономика и възможностите за иновации в 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.

СТАРТЪПИ В ТУРИЗМА**ECTS кредити: 4****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 2****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на целия процес на създаване на стартап от идея. По време на лекционния курс се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при създаване на откриване на нови идеи, нови продукти, нови услуги, как да се изгради проект на предприемачески бизнес, 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

Седмичен хорариум: 4л + 0су**Вид на изпита: писмен**

проект/задача по предварително зададена тема. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания, умения и със серия от инструменти и методи, които помагат да се вземе една идея и да се осъществи, по начин, по който може да се поддържа бизнесът или организацията, която я доставя. Този курс, има за цел да запознае студентите с цялостния процес по изграждане на бизнес или организация около идеята, която са разработили по време обучението си.

Съдържание на учебната дисциплина:

От идеята до стартиране на стартапа. Личностни черти на стартап предприемачите. Бизнес модели – класически, съвременни, приложими при стартапите. Начини на финансиране. Бизнес план – разработване и презентирание. Оценка на риска при стартапите. Продукт - Потребителски истории и Критерии за приемане, от изграждането на продукта до намирането на първите клиенти. Маркетинг и продажби. Дигиталната еволюцията на системите за онлайн резервации. Локални, регионални и глобални резервационни системи в туризма. Фирмена култура. Дизайн мислене, Lean Startup и Agile: Каква е разликата? Предприемачески екосистеми и комплексност при стартапите. Анализирание и спецификация на IT и бизнес изисквания. Моделиране на бизнес процесите. Скалиране и елвиране на стартапа. Как действа социалното предприемачество при стартапите. 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. 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 НА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКИ ИНИЦИАТИВИ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 3

Седмичен хорариум: 3л + 0су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Студентите се запознават с основите на фирмените финанси в туризма. В процеса на обучение те получават информация за капиталовата структура на туристическото предприятие, годишния финансов отчет, баланса и отчета за приходи и разходи. Обучаващите се придобиват важни умения за анализ на финансовото състояние на предприятието, управление на приходите и разходите, бюджетиране и отчитане, управление на оборотните средства. Курсът е съобразен с предвидения хорариум и позволява да се усвоят управленските практики, свързани с вземане на инвестиционни решения, планиране и прогнозиране в туристическото предприятие. Дисциплината добавя стойност за студентите, предоставяйки им солиден базисен минимум от финансови знания и умения, необходими за реализирането на „умни“ предприемачески инициативи. Целта на учебната дисциплина е студентите да придобият знания и умения по преподаваната материя и да изградят ясна визия за управлението на фирмените финанси в туризма. Те се запознават със съвременните практики на управление на приходите и разходите в туристическите предприятия и развиват умения да анализират и оценяват финансовото състояние на предприятията.

Съдържание на учебната дисциплина:

Въведение във финансите на туристическите предприятия. Финансов мениджмънт и предприемачество в сферата на гостоприемството. Капитал на туристическото предприятие. Капиталова структура на предприятието. Годишен финансов отчет на туристическото предприятие. Баланс на предприятието. Активи, пасиви и собствен капитал. Отчет за приходите и разходите. Анализ на финансовото състояние на предприятието. Печалба и рентабилност. Коефициенти, използващи оперативни мерки. Управление на разходите. Схеми за класификация на основните разходи. Качествени и бихейвиористични фактори в управленските решения. Анализ „разходи-обем-печалба“. Марж на приноса. Анализ на рентабилността. Бюджетиране и отчитане. Разходи, приходи, печалба и инвестиционен план. Гъвкаво бюджетиране, дисперсионен анализ и бенчмаркинг. Ценообразуване – фактори и методи. Управление на парите в брой. Управление на вземания. Управление на инвентара. Управление на задълженията. Управление на оборотните средства. Инвестиционни решения. Счетоводна норма на възвръщаемост. Нетна настояща стойност. Вътрешна норма на възвръщаемост. Финансов анализ в туристическото предприятие. Показатели за рентабилност. Показатели за ефективност. Показатели за ликвидност. Показатели за финансова автономност. Показатели за събиране на вземанията и погасяване на задълженията.

Показатели за динамика. Показатели за структура. Прогнозиране и планиране в туристическото предприятие

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 ВЕРИГИТЕ НА ДОСТАВКИТЕ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината е избираема учебна дисциплина и е конципирана като уводен курс, който обяснява методите, използвани в бързо развиващата се област управление на веригата на доставки в туризма. Основната цел се свежда до няколко акцента: (i) придобиване на теоретични знания и практическа информация за същността на веригата на доставките; (ii) познаване на основните характеристики при управлението на веригата на доставките на макро ниво (туристическа дестинация); (iii) познаване на особеностите на управлението на веригата на доставките на микро ниво (туристическо предприятие). Тъй като дигитализацията на икономиката и ефектите от пандемията също оказаха съществено значение върху областта на управлението на веригата за доставки и покупките, то студентите се въвеждат в теоретико-приложния апарат на същността на управление на веригата на доставките и значението на този вид мениджърска дейност в туристическия бранш.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и характеристика на управлението на доставките в туристическата индустрия. Международни, национални и европейски особености в управлението на доставките в туризма. Цели на управлението на доставките в туризма. Връзки на управлението на доставките с логистиката в туризма. Ролята за прогнозирането при управлението на доставките. Планиране и контрол на логистичните дейности и на информационните потоци на макро и микро ниво. Управление на доставките и управление на операциите. Управление на доставките в контекста на маркетинговата организационна теория. Управление на доставките и информационни системи за стратегическо управление. Ефективност на управление на доставките чрез оптимизиране на процесите на снабдяване, производство и доставка. Координиране, интегриране и контролиране на продуктовете, информационните и финансовите потоци в туристическото предприятие.

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

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Вид на изпита: писмен

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

Дисциплината има силен практически фокус и акцентира върху провеждането на маркетингови проучвания в туризма. 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 туризма.

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 брендиране: Анализ на пазарната позиция на туристически марки и разработване на стратегии за брендиране. 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.

ИНТЕЛЕКТУАЛЕН КАПИТАЛ И ИНТЕЛЕКТУАЛНА СОБСТВЕНОСТ В ТУРИЗМА

ECTS кредити: 4

Форма за проверка на знанията: текущ контрол и изпит

Семестър: 2

Методическо ръководство:

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

С професионализацията на икономическите сектори в туризма, интелектуалният капитал се утвърждава като сравнително нова и устойчива концепция. Лекционният курс цели да представи интелектуалния капитал като безценен сбор от всички нематериални активи на туристическото предприятие, които една организация може да превърне в капитал от знания с добавена стойност. На вниманието на студентите се представя взаимовръзката между този нов вид схващане, поставено на фона на новите възможности за развитие и постигане на конкурентно предимство в туризма. Също така студентите се запознават с преимуществата на интелектуалния капитал, свързани с интелектуалната собственост в туризма. В курса се дискутира точно тази добавената стойност в нейния широк и тесен смисъл. Участието в решаването на различни по характер казуси дават възможност на студентите да познават в детайл интелектуалния капитал и конкурентните стратегии в туристическата индустрия като цяло, а и в частност. По този начин те придобиват профилирани знания и умения за идентифициране естеството на връзката между интелектуалния капитал и интелектуалната собственост в туристическата дейност.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност и основни схващания за Интелектуалния капитал (IC). Същност и характеристика на интелектуалния капитал в туристическата дейност. Структурен капитал в туризма – стойност на процесите. Структурен капитал в туризма – стойност на технологиите. Капитал на взаимоотношенията в туризма. Стойност на мрежите от взаимоотношенията в туризма. Измерване на интелектуалния капитал. Създаване на отчетност за интелектуалния капитал. Човешки капитал – стойността на уменията. Управление на знанието в туризма. Управление на знанието чрез интелектуална собственост в туризма. Същност и роля на интелектуална собственост в туризма. Концепцията за интелектуалната собственост чрез концепция за контрол. Концепция, ориентирана към интелектуалната собственост в туризма. Взаимовръзка между интелектуалния капитал и интелектуалната собственост в туризма. Добри практики на интелектуалната собственост в туризма.

Седмичен хорариум: 3л + 1су

Вид на изпита: писмен

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.

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ТУРИЗМА**ECTS кредити: 4****Форма за проверка на знанията:** текущ контрол и изпит**Семестър: 2****Методическо ръководство:**

Катедра Туризъм

Стопански факултет

Анотация:

В лекционния курс се разглежда теоретичното и практическото приложение на дигиталните инструменти за сферата на туризма. По време на лекционния курс се стимулира креативността и аналитичната мисъл на студентите при запознаването им с теоретични и практични приложения на съвременните дигитални приложения в управлението и оперативните дейности на организациите, фирмите и компаниите в туризма. Предвидени са дискусии по актуални теми, за които студентите да представят своята гледна точка по разглежданите казуси. Целта на учебната дисциплина е да запознае студентите с основните знания, умения и със серия от инструменти и методи, които помагат при имплементирането на съвременните ИКТ в цялостното туристическо предлагане. Този курс, има за цел 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 и анализирането на явленията и процесите в туризма.

Съдържание на учебната дисциплина:

Индустрия 4.0 и туризъм 4.0. Дигитализацията на обществото като фактор за промяна на потребителските предпочитания в туризма. Теоретични дискурси на дигитализирания туризъм. Елементи на Индустрия 4.0, приложими в сферата на туризма. Големи информационни масиви и облачни технологии – Big Data. Интернет на нещата (IoT). Геймификация. Изкуствен интелект (AI). Приложения на виртуалната и адаптивната реалност. Науката за данните. Дигиталната еволюцията на системите за онлайн резервации. Локални, регионални и глобални резервационни системи в туризма. Дигитални туристи. Дигитални медии. Маркетинг 4.0. Анализиране и спецификация на IT и бизнес изисквания. Онлайн канали за дистрибуция и управление. 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.

МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ**ECTS кредити: 4****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 със същността и характеристиката на маркетинга в социалните медии - социалните мрежи, микроблоговете, видео сайтовете, блоговете и сайтовете за социален букмарк. Доброто познаване и използване на социалните медии е час от новите правила в туристическия маркетинг. Студентите ще се сдобият със знания за това как чрез социалните медии могат да постигнат висок трафик към фирмения си сайт, да създадат интерес към марката си, да съберат обратна информация от клиентите си, да използват маркетингова стратегия, с която да достигат директно до

Седмичен хорариум: 3л + 1су**Вид на изпита: писмен****Седмичен хорариум: 3л + 1су****Вид на изпита: писмен**

купувачите си и да създадат своя собствен медиен бранд. Целите са студентите да придобият базови знания, ключови компетентности и практически умения по преподавания материал и най-вече за конкретните стъпки в света на маркетинга на социалните медии, където съвременният човек прекарва голяма част от свободното си време. Фокусът е поставен върху усвояване на устойчиви маркетинг модели и предприемаческо мислене, поведение и качества, способстващи реализацията на успешни маркетинг проекти в социалните медии на туристическата сфера.

Съдържание на учебната дисциплина:

Същност на маркетинга в социалните медии. Видове социални медии. Стратегическия маркетинг и социалните медии. Методологически въпроси. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - социални мрежи. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - микроблогове. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - видео сайтовете. Характеристиката на маркетинга в социалните медии - блогове и сайтове за социален букмарк. Инструменти за наблюдение в социалните медии (Hootsuite, Keyhole, и Sprout Social). Общностите по съдържание (Content Communities). Грижа за клиента чрез социалните медии. Анализ на правната рамка за страната/региона. Увеличаване на механизмите за отзиви 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.