

**УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО**

**UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY**

КАТЕДРА „ИКОНОМИКА НА ТУРИЗМА“

DEPARTMENT “ECONOMICS OF TOURISM”

**АНОТАЦИИ**

**НА УЧЕБНИТЕ ДИСЦИПЛИНИ ПО СПЕЦИАЛНОСТ**

**„УПРАВЛЕНИЕ ИНДУСТРИЯТА НА ГОСТОПРИЕМСТВОТО“**

**С ПРЕПОДАВАНЕ НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК,**

**Учебна дисциплина:** Маркетингово управление в туризма / Marketing Management in Tourism

**Код:** M53869С0101

**Аудиторна заетост:** 18 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 132 часа

**Кредити:** 6

**Титуляр:** Доц. д-р Николай Цонев

**Анотация:**

Дисциплината „Маркетингово управление в туризма“ се чете пред студенти от образователно-квалификационна степен магистър и осигурява на завършващите необходимите знания и умения, изисквани от водещи организации от целия свят.

Дисциплината си поставя за цел:

• Да демонстрира критично разбиране на интердисциплинарното естество на маркетинга в туризма и неговото управление.

• Да осигури напредничаво разбиране за основните принципи на управление на маркетинга, маркетингово проучване, управление на марката и на поведението на потребителите, както и управление на дестинациите и актуални въпроси в областта на търговията в туризма.

• Да оцени сложността на управлението на маркетинга в туризма във всепроменящата се среда, като взема предвид по-широките социално-културни, икономически и екологични въздействия на туризма.

• Да предостави знания и критичен анализ относно актуални въпроси от маркетинга в туризма и неговото управление.

Курсът е условно разделен на две части. Първата част представя основните понятия за управление на маркетинга в туризма; разкрива съвременните виждания за същността на управлението на маркетинга в туризма и представя вътрешната му структура; изяснява елементите на околната среда в маркетинга и анализира процесите; изследва същността на маркетинговите проучвания и учи как да се изгради маркетингова информационна система; учи за поведението на потребителите и определящите го фактори; представя процеса на определяне на целите на фирмата.

Втората част разкрива същността, особеностите и характеристиките на маркетинговия микс в туристическия бизнес и представя различни стратегии за управление. Той пояснява, в логическа последователност, процеса по формиране на продукт, цена, дистрибуция и комуникационна политика на организацията, заедно с още три допълнителни елемента - хора, процеси и физическо обкръжение.

Дисциплината „Маркетингово управление в туризма“ съответства на академичния профил и образователна философия на УНСС. Целта на този курс е да произвежда студенти, които могат да демонстрират способност, знания и умения, за да бъдат компетентни мениджъри по маркетинг в бързо променящата се туристическа индустрия.

Освен лекции, при преподаване на дисциплината ще се използват разнообразни методи за обучение, включващи комбинация от семинари, уроци, индивидуална и групова работа по конкретни задачи, както и всяка друга форма на обучение, подходяща за различната същност и цели на всяка тема. Курсът по „Маркетингово управление в туризма“ има за задача да подпомогне процеса на създаване на ефективни специалисти – икономисти- активни и отговорни в условията на динамична среда, с необходимото разбиране за функционалните връзки и роля на маркетинга във фирменото управление.

**Учебна дисциплина:** Хотелиерство и ресторантьорство / Hospitality and Restaurant Management

**Код:** M53869С0102

**Аудиторна заетост:** 18 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 132 часа

**Кредити:** 6

**Титуляр:** Проф. д-р Таня Парушева

**Анотация:**

 Учебният план на курса „Хотелиерство и ресторантьорство“ има за цел да формира фундаментални знания и ключови умения за работа в съвременна туристическа компания. Хотелиерството и ресторантьорството са динамични сектори, предвиждащи нуждите на туристите. Технологията и отношението на потребителите към хотелския и ресторантьорския продукт постоянно се променят. Тези тенденции изискват всеотдайност, топлина и гостоприемство в организацията и управлението на хотели и ресторанти.

Съдържанието на курса „Хотелиерство и ресторантьорство“ включва 15 теми, изнесени в лекции и конкретни семинари. При избора им се открояват въпросите за видовете заведения за пребиваване и помещенията в тях. Курсът включва теми за тенденциите в ресторантьорския бизнес. Включени са теми, свързани с персонала на ресторанта, менюто и изкуството за сервиране. Поставен е акцент върху маркетинга на ресторантите.

**Учебна дисциплина:** Управленско консултиране на туроператорския бизнес / Management Consultancy for the Tour Operator's Business

**Код:** M53869С0103

**Аудиторна заетост:** 18 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 132 часа

**Кредити:** 6

**Титуляр:** Доц. д-р Мариана Янева

**Анотация:**

Програмата на курса е свързана с решаването на управленските проблеми и задачи от външни консултанти, с които се сблъскват ръководителите на бизнес организации в областта на туризма, чрез консултантски експертизи и консултантски проекти. Тя включва разнообразни дейности, свързани с целесъобразни организационни промени. Курсът анализира въпроси, свързани със спецификата на консултантския бизнес и неговото приложение в туризма, чрез различни консултантски проекти, в зависимост от целта на задачата, поставена от туристическата организация-клиент.

**Учебна дисциплина:** Управление на събитията / Event Management

**Код:** M53869С0104

**Аудиторна заетост:** 18 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 132 часа

**Кредити:** 6

**Титуляр:** Доц. д-р Еленита Великова

**Анотация:**

Целта на дисциплината „Управление на събитията“ е да даде дълбоки теоретични и практически знания в областта на планирането, проектирането, организирането, воденето и отчитането на туристически събития. Туристическите събития имат различно значение - от една страна те могат да генерират масивни групи туристи, а от друга са способни да удължат туристическия сезон и да увеличат икономическата ефективност на туристическите обекти.

Задачите, които ще бъдат решени по време на изучаването на мениджмънт на събития в туризма са: студентите да овладеят специфичните теоретични знания и практически способности на дисциплината, способност за адаптиране към променящите се технически условия, придобиване на способност за работа, извършена самостоятелно и в екип , мобилност и съпоставимост на овладените знания и придобитите възможности.

Академичната дисциплина осигурява основни познания за: същността на туристическите събития, тяхната класификация, тяхното планиране, организиране и водене, икономическата ефективност от туристическите събития, ролята и значението на туристическите събития и др.

Обучението по дисциплината осигурява възможности за: планиране на туристическо търсене в зависимост от организацията на събитието, генериране на масивни туристически доходи, планиране, организиране и провеждане на различни видове събития в туризма. В квалификационните характеристики на специалността „Управление индустрията на гостоприемството“ тези знания имат не само основен, но и специализиран характер.

**Учебна дисциплина:** Управление на проекти в гостоприемството / Project Management in Hospitality Industry

**Код:** M53869С0105

**Аудиторна заетост:** 18 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 132 часа

**Кредити:** 6

**Титуляр:** Доц. д-р Ася Панджерова

**Анотация:**

Учебната програма по „Управление на проекти в гостоприемството” цели формирането на фундаментални знания и ключови практически умения за работа в туристическата фирма. Стремежът е да бъдат отразени не само новостите в теорията, но и съвременните тенденции в управлението на проекти в туризма в България и индустриално развитите страни.

Учебното съдържание на дисциплината „Управление на проекти в туризма” включва 15 теми, разработени в лекции. При подбора им се открояват въпросите за същността, характерните особености, процесите и моделите в проектната дейност в туризма. Вниманието се насочва върху организацията на проектите, заинтересовани страни и стратегиите за техния успех.

Застъпени са теми за планирането на проектите относно подходите, разходите и ползите от този процес. Специално място е отделено на лидерството и преодоляването на проблемни ситуации в проектната дейност. Включени са теми, свързани с контрола на дейностите. Акцент е поставен върху приключването на проектите и анализа на резултатите от проектната дейност в туризма.

**Учебна дисциплина:** Културен туризъм / Cultural Tourism

**Код:** M53869С0206

**Аудиторна заетост:** 18 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 102 часа

**Кредити:** 4

**Титуляр:** Проф. д-р Таня Парушева

**Анотация:**

 Учебната програма на курса „Културен туризъм” има за цел да формира фундаментални знания и ключови умения за работа в съвременна туристическа компания. Културният туризъм стимулира подчертаването на културните елементи, които характеризират всяка общност в глобалния свят. Бъдещото развитие на всяка култура е жизненоважно. Глобалното интернет пространство оказва значително влияние върху популяризирането на културната идентичност на всяка нация по света.

Съдържанието на курса „Културен туризъм” включва 15 теми, изнесени в лекции. При подбора им се открояват въпросите за характеристиките на културния туризъм. Вниманието е насочено към пазарите на културния туризъм.

Сред обхванатите теми е политика за развитие на културния туризъм. Специално внимание се обръща на влиянието на туризма върху културното богатство. Има акцент върху културния туризъм за мир, хармония и развитие.

**Учебна дисциплина:** СПА и уелнес туризъм / SPA and Wellness Tourism

**Код:** M53869О0207

**Аудиторна заетост:** 13 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 77 часа

**Кредити:** 3

**Титуляр:** Доц. д-р Еленита Великова

**Анотация:**

 Целта на дисциплината „СПА и уелнес туризъм” е да даде дълбоки теоретични и практически знания в областта на СПА и уелнес туризма, развитието на двете направления, основни характеристики на потребителите, анализ на пазарната структура в СПА и уелнес туризма и да определи икономическо значение на подсекторите. Фокусът ще бъде поставен върху развитието на този подсектор и превръщането им в приоритет за българския туризъм. Ще бъде разгледана и икономическата роля на тези подсектори и техният икономически потенциал. Ще бъдат проучени и тенденциите, които се очаква да се появят на пазара за СПА и уелнес туризъм.

Целта на проучванията в СПА и уелнес туризма е студентите да получат цялостна концепция за комбинацията от връзки и явления, които възникват поради: временно придвижване на хората извън техните резиденции и месторабота, дейности, извършвани по време на пребиваването им във времето места и сгради, изградени да задоволят нуждите на СПА и уелнес туристи.

Задачите, които ще бъдат решени по време на изучаването на СПА и уелнес туризма са: студентите да овладеят специфичните теоретични знания и практически способности на дисциплината, способност за адаптиране към изменяемите технически условия, придобиване на способност за работа, извършена самостоятелно и в екипна работа, мобилност и съпоставимост на овладените знания и придобитите възможности.

Академичната дисциплина осигурява основни познания за: същността и значението на СПА и уелнес туризма; историческото им развитие; предлагани специфични услуги; профили на туристите и т.н.

Обучението по дисциплината осигурява възможности за: планиране на туристическо търсене на търсене и предлагане; анализ на туристическите ресурси; анализ и оценка на туристическата инфраструктура и надстройка в СПА и уелнес центровете и оценка на качеството на СПА и уелнес обектите.

**Учебна дисциплина:** Естетизация на туристическата среда / Aestheticization of the Tourism Environment

**Код:** M53869О0208

**Аудиторна заетост:** 13 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 77 часа

**Кредити:** 3

**Титуляр:** Доц. д-р Еленита Великова

**Анотация:**

Целта на дисциплината „Естетизация на туристическата среда” е да даде дълбоки теоретични и практически знания в областта на планирането, проектирането, конструирането, обзавеждането и оборудването на туристическата сграда, с цел да представи най-новите тенденции в естетиката и достигането до пълна степен удовлетворение от туристическите потребители.

Задачите, които ще бъдат решени по време на изучаването на естетизацията на туристическата среда, са: студентите да овладеят специфичните теоретични знания и практически способности на дисциплината, способност за адаптиране с изменяемите технически условия, придобиване на способност за работа, извършена самостоятелно и работа в екип, мобилност и съпоставимост на овладените знания и придобитите възможности.

Академичната дисциплина осигурява основни познания за: естетизма в туризма и неговия специфичен акт в различни туристически сгради; икономически ползи от естетическата туристическа среда, механизмите на въздействие от естетическата туристическа среда върху потребителите и др.

Обучението по дисциплината осигурява възможности за: планиране на туристическото търсене в зависимост от външните и вътрешните конструкции на сградите; анализ оценка на качеството на естетическата туристическа среда, определяне на композиционни елементи и др.

При квалификацията на дисциплината знанията, уменията и компетенциите имат специализиран характер.

Дисциплината „Естетизация на туристическата среда” дава знания и компетенции, които са основни за следващо образование по специалността и като цяло за ОКС „Магистър“ по туризъм.

**Учебна дисциплина:** Предприемачество в гостоприемството / Entrepreneurship in Hospitality Industry

**Код:** M53869О0209

**Аудиторна заетост:** 13 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 77 часа

**Кредити:** 3

**Титуляр:** Доц. д-р Ася Панджерова

**Анотация:**

 Учебната програма по „Предприемачество в гостоприемството” цели стимулиране на предприемаческата компетентност и начини на поведение в туристическата фирма – самостоятелност, лична отговорност, самоинициатива, отвореност към новостите. Става въпрос за предприемачески качества, необходими за успешна професионална дейност в условията на променящия се пазар на труда.

Учебното съдържание на дисциплината „Предприемачество в туризма” включва 15 теми, разработени в лекции. При подбора им се открояват въпросите за еволюцията, същността и научните школи в предприемачеството. Вниманието се насочва върху иновациите и предприемаческата идея в туризма.

Застъпени са теми за мотивацията на предприемача, неговите характеристики и необходими лидерски качества. Специално място е отделено на предприемаческия процес в туризма и бизнес планирането. Акцент е поставен върху въпросите, свързани с финансирането на предприемачески проекти и управлението на предприемаческата дейност в туризма.

**Учебна дисциплина:** Управление на туризма / Tourism Management

**Код:** M53869О0210

**Аудиторна заетост:** 13 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 77 часа

**Кредити:** 3

**Титуляр:** Доц. д-р Ася Панджерова

**Анотация:**

Дисциплината „Управление на туризма“ е разработена в съответствие с общите цели на специалност „Управление индустрията на гостоприемството”. Разглежда се същността на управлението, характерните му особености възникването и развитието му. Чрез съдържанието на учебната дисциплина студентите ще се запознаят с водещите тенденции в управлението в туризма в условията на една реална пазарна икономика. Изучаването на учебната дисциплина има за цел да постави началото на базисните знания за управлението като дейност и като наука , както и да формира понятиен апарат и на тази основа да разкрие и диференцира етапите в развитието на управленската наука, задълбочи знания за възникването и практическото обособяване на управленската дейност

Основните цели на курса са:

* да даде основни знания за развитието на управлението в туризма;
* да се разкрият ресурсните основания на управленската дейност в туризма;
* да се подчертаят основните насоки и схеми в осъществяването на управленската дейност в туризма, както и да се запознаят с основни подходи на нейната реализация в съвременните условия.

Наред с представянето на фундаментални познания се формират умения за прилагане на тези знания в практиката. Това определя интердисциплинарния характер на преподаването и обучението и очакваните резултати.

Целта на учебната дисциплина „Управление на туризма ” е студентите да усвоят знания и се постави началото на поетапното придобиване на теоретични професионални знания, като се постигне баланс между теоретичната, познавателната и практико-приложната подготовка.

Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са:

1. Използване на съвременни методи на преподаване и ресурсно осигуряване на лекциите по дисциплината

2. Стимулиране работата в различните форми на извънаудиторна заетост

3. Приложение на придобитите знания в другите учебни дисциплини и в практиката.

**Учебна дисциплина:** Управление на туристическите дестинации / Tourism Destination Management

**Код:** M53869О0211

**Аудиторна заетост:** 13 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 77 часа

**Кредити:** 3

**Титуляр:** Доц. д-р Мариана Янева

**Анотация:**

Целта на дисциплината „Управление на туристическите дестинации“ е да предостави теоретични и приложни знания в областта на географски, природни, културни и исторически ценности, с цел пресъздаване на територията на местно, регионално и национално ниво и правилното й управление. Програмата обхваща теми, които идентифицират, анализират и подчертават значението на маркетинговите организации за туристическа дестинация, като ефективно средство за управление чрез планиране, позициониране и популяризиране на българските туристически продукти на макро и мезо ниво.

Очертани са начините, формите и инструментите при създаването на модел, който представя възможни дейности по организиране на управление на дестинацията като част от функция „външен дестинационен маркетинг“ или функция „вътрешно развитие на дестинацията“. Анализират се дейностите, свързани с външната маркетингова функция и функцията за вътрешно развитие на дестинацията. Мениджмънтът на дестинацията е координираното управление на всички елементи, които създават дестинация (атракции, съоръжения, маркетинг, достъп и цени).

Придобитите знания на студентите трябва да изяснят, че управлението на дестинацията има и задача да популяризира град, регион или държава, за да увеличи броя на посетителите, да насърчи развитието и предлагането на дестинацията.

**Учебна дисциплина:** Екскурзоводско обслужване / Tour Guide Service

**Код:** M53869О0212

**Аудиторна заетост:** 13 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 77 часа

**Кредити:** 3

**Титуляр:** Доц. д-р Мариана Янева

**Анотация:**

Целта на курса по дисциплината „Екскурзоводско обслужване“ е да даде дидактически базирана система от приложни знания, предназначена да формира специфични умения по теоретични и практически въпроси по екскурзоводско обслужване в туризма. Акцентът е поставен върху организацията и технологиите в компаниите за обслужване на туристически екскурзоводи, изготвяне на маршрути и програми на различни места.

Студентите научават основните понятия в екскурзоводското обслужване, законите и разпоредбите в областта на екскурзоводското обслужване, видовете екскурзоводи и техните функции, изискванията на Световната федерация на асоциираните екскурзоводи, организирането на маршрути за туроператори и журналисти, анимационните дейности и събития, изпълнявани от екскурзоводите.

**Учебна дисциплина:** Бранд мениджмънт и позициовиране в гостоприемството / Brand management and positioning in hospitality

**Код:** M53869F0213

**Аудиторна заетост:** 13 часа лекции

**Извънаудиторна заетост:** 77 часа

**Кредити:** 3

**Титуляр:** Доц. д-р Николай Цонев

**Анотация:**

 Курсът „Бранд мениджмънт и позициониране в туризма“ е предназначен за студентите от магистърска степен на специалност "Икономика на туризма", дистанционно обучение. Целта на курса е студентите да получат необходимите знания за стратегиите за управление бранда в туризма, да разбират разликата между търговска марка и бранд, да разбират и управляват адекватно стойността (brand equity) на бранда в дългосрочен план. Да познават неосезаемите „активи“ на бранда – известност, познаване, харесване, имидж, предпочитание, лоялност. Също така да разбират предимствата и недостатъците на различните подходи за управление на бранда през етапите на жизнения цикъл, да познават сходните отличителни знаци на марката от арсенала на брандинга. Ще разберат начините за позициониране на бранда в различните етапи на неговото развитие спрямо икономическите и социални условия, оказващи въздействие върху развитието на туристическата индустрия.

Задачата на курса включва също и предоставяне на знания и формиране на умения за управление на брандове и тяхното позициониране в туризма, а така също запознаване с възможностите на ефективните стратегии в съвременната туристическа индустрия.

Като конкретен резултат от този курс студентите ще знаят основните определения, функции и задачи на бранда и позиционирането, както и основните ключови понятия, свързани с организацията на брандинга и позиционирането в туристическите организации. Студентите ще могат организират, планират и бюджетират сами различни кампании в туризма, да познават психологическите механизми на въздействие, да познават и предлагат най-добрите начини за брандиране и позициониране на туристическа компания и др.