**ТЕМАТИЧНИТЕ ПАРКОВЕ НА БЪДЕЩЕТО: УСПЕШНИ БИЗНЕС ПРАКТИКИ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ РАЙОНИ**

***Доц. д-р Николай Цонев, Доц. д-р Ася Панджерова***

***Резюме***

*Настоящият научен доклад има за цел да изследва възможностите за интегрирано управление на туристическите райони, като предпоставка за развитието на туризма. Акцент е поставен върху тематичните паркове, като нова парадигма на икономиката на изживяванията. Внимание е обърнато на продуктовата специализация при управлението на туристическите райони в България. Авторите защитава тезата, че ефективното маркетингово управление позволява да се синхронизират структурата на търсенето и предлагането, посредством формирането на редица туристически продукти, в това число тематични паркове. Разгледан е успешен бизнес модел на иновативен тематичен парк - Терме Букурещ – Румъния, предлагащ най-високите стандарти за качество в уелнес и развлекателната индустрия.*

***Ключови думи***

*туристически район, маркетингово управление, бранд, тематичен парк, изживяване.*

**ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА УНСС ПОСРЕДСТВОМ ИНИЦИАТИВИ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ИМИДЖА МУ**

***Доц. д-р Мариана Янева, Д-р Веселина Портарска***

***Резюме***

*Въвеждането на националните образователни системи на международния пазар, свързани с образователните услуги, обострят конкуренцията на вътрешния пазар и задават въпроси за престижа и бъдещето на образованието на национално ниво.*

*През последните няколко години, високата активност на американски, руски и някои европейски университети с туристически профил, както и неблагоприятните демографски фактори повлияват изключително много върху реформирането на системите за образование в процеса на глобализацията. Един от най-важните въпроси за всяко учебно заведение, е да повиши своята конкурентоспособност не само на местно, но и на международно ниво от гледна точка на качеството на предлагания от него образователен продукт, както и да го направи разпознаваем според новите изисквания на съвременния потребител.*

***Ключови думи****:* Конкурентоспособност, имидж, популяризиране, университетско образование.

**ЛУКСОЗНИЯТ ТУРИЗЪМ КАТО ПРЕДПОСТАВКА ЗА РАЗВИТИЕ НА СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ РАЙОНИ НА БЪЛГАРИЯ.**

***Гл. ас. д-р Светослав Калейчев***

***Резюме***

*Туристическата индустрия е един от най-значимите отрасли на световната икономика, определяща до значима степен икономическото и социално развитие на голяма част от държавите в световен мащаб. През последните години световната икономика, редуваше етапи на растеж и рецесия, които оказаха своето въздействие върху развитието на редица индустриални сектори в това число и туризма. Но трябва да се отчете факта, че в туристическата индустрия съществува едно направление, което не бе повлияно, а напротив системно увеличаваше своя пазарен дял, финансови приходи и интереса на потребителите, а именно луксозния туризъм. Той може да бъде определен, като специфично изживяване, носещо лична удовлетвореност, усещане за класа и елитарност. А така също и даващо възможност за използване на най-модерните технологии внедрени в съвременната туристическа индустрия определящи понятия като престиж и лукс, моделиращи представите на съвременното общество. Българската туристическа индустрия, също насочи усилията си към развитие и предлагане на определени форми и направления от луксозния туризъм. Появиха се туристически организации, които преструктурираха дейността си с цел предлагането на луксозни туристически продукти, удовлетворяващи нуждите на съвременните туристи избрали България като дестинация за своето туристическо изживяване. Развитието на луксозния туризъм в България се явява и ключов елемент при създаването на маркетингови стратегии в новосъздадените туристически райони, а така също е определящ за моделирането на иновативни подходи при специализираните видове туризъм в страната.*

***Ключови думи****: луксозен туризъм, специализирани видове туризъм, туристически райони*

**ИЗЖИВЯВАНИЯТА ПО ВРЕМЕ НА КРУИЗНА ПРОГРАМА**

***Ас. д-р Никола Гайдаров***

***Резюме***

*Изживяванията по време на куризна програма са един от продуктите наситени от новите потребности за развлечения и изживявания по време на престой на борда на кораба, които отчитат повишен ръст на потребление през последните години от развитието на туризма. Този интерес е обусловен, както от промените в изискванията на съвременния потребител, така и от високото качество по отношение на предлагането в круизната индустрия.*

*Настоящият доклад разглежда круизния продукт като един от най-конкурентоспособните на световния туристически пазар, имайки предвид възможностите за изживявания на туристите по време на круизна туристическа програма. Глобалната круизна индустрия генерира приблизително 38 милиарда долара годишно от пътнически разходи и е най-бързо растящият сектор в туристическия бизнес. Освен това тя е утвърдена като един от най-интензивните сектори в света, с все по-невероятни съвременни плавателни съдове.*

***Ключови думи****: икономика на изживяванията, казино индустрия, круизна програма, специализирани продукти, круизни компании*

**СПОДЕЛЕНАТА ИКОНОМИКА И MICE ТУРИЗМЪТ**

***Докторант Ралица Валентинова Георгиева***

**Резюме**

Настоящата разработка изследва взаимовръзките между проявленията на споделената икономика и формите на MICE туризма, възникнали в следствие от технологичния прогрес и дигитализация на процесите. Актуалността на тематиката се обуславя от технологичните иновации, предпоставка за промяна в потребителските нагласи и предпочитания в туристическия сектор. Поставени са хипотези, касаещи влиянието на споделената икономика, като резултат от дигиталния прогрес и онлайн процесите, върху формите на MICE туризма – бизнес срещи, инсентив пътувания, конференции, изложения. В тази връзка са изследвани елементи, част от споделената икономика, както и профилът на бизнес туристите и характеристики, обуславящи спецификата на MICE туризма.

**Ключови думи**: споделена икономика, MICE туризъм, връзка, зависимости.

**MОДЕЛ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ КАТО ВЪЗМОЖНОСТ ЗА УСПЕХ НА ДЕСТИНАЦИЯТА**

***Д-р Стилияна Басмаджиева***

***Резюме***

*Здравният туризъм е сред най-добре развитите специализирани видове туризъм в световен мащаб. За създаване на модел за маркетинговото му управление в конкретна дестинация е необходимо на първо време да бъдат подбрани добри практики, които биха могли да бъдат адаптирани към текущото състояние на здравния туризъм в България, след което да бъдат разгледани районите в страната с основна и разширена специализация в сферата на здравния туризъм и да бъде подбран този, който кореспондира в най-голяма степен, със своята ресурсна осигуреност и възможности, със съответните добри практики. След като бъде направен анализ на текущото състояние на здравния туризъм в района, биха могли да бъдат направени препоръки, които да послужат за основа на изготвяне на стратегически маркетингов план за развитие на дестинацията чрез управление на здравния туризъм.*

***Ключови думи****: модел, маркетингово управление, управление на дестинацията, здравен туризъм*

**Бизнес планиране в туризма – нови реалности и измерения**

***Гл. ас. д-р Маргарита Мишева***

***Нов български университет***

***Департамент „Администрация и управление“***

***Резюме***

*В настоящия доклад са представени и анализирани въпросите, свързани с новите реалности и тендеции, в които функционира туристическия бизнес, като акцентът е поставен върху бизнес планирането. Разгледани са някои съществени аспекти на бизнес планирането в контекста на стратегическото управление на туристическите организации. Вниманието се фокусира и върху приложението на някои нови тенденции и инструменти за усъвършенстване на планирането в туристическите фирми, между които информационните технологии и човешкия фактор.*

***Ключови думи****: туристически бизнес, планиране, нови реалности*