

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ“

ЗА СПЕЦ: ТУРИЗЪМ; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.

КРЕДИТИ: 7

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ: т.ч.		
• ЛЕКЦИИ	45	3
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	30	2
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	135	

Изготвили програмата: 1.....

Проф. д-р Светла Ракаджийска

2.....

Проф. д-р Стоян Маринов

.....

3. Гл. ас. д-р Тодор Дянков

Ръководител катедра:

„Икономика и организация на туризма“ (Проф. д-р Таня Дъбева)

I. АНОТАЦИЯ

“Туристически пазари” е базисна профилираща дисциплина за студентите от спец. “Туризм”, обучаващи се на бакалавърско равнище. Тя предоставя знания за характера на пазарните отношения в туризма, механизмите, които ги определят и ролята на субективния фактор за тяхното регулиране. Формира умения за разкриване на същността на пазарните процеси, пазарните връзки и поведението на пазарните участници. Осигурява компетенции по въпросите на ценообразуването на туристическите услуги, разкриване и използване на източниците на туристическа пазарна информация и за разработване на адекватни мероприятия на пазарната политика в туризма.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	ТЕМА 1. ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР	5	3	
	Въведение. Понятиен апарат			
	Теории за пазара и туристическия пазар			
	Същност, определение и особености на туристическия пазар			
	ТЕМА 2. ТУРИСТИЧЕСКО ТЪРСЕНЕ	5	3	
	Същност и определение на туристическото търсене			
	Особености на туристическото търсене			
	Фактори за формиране на туристическото търсене			
	Тенденции на развитие на туристическото търсене			
	ТЕМА 3. ТУРИСТИЧЕСКО ПРЕДЛАГАНЕ	5	3	
	Същност и определение на туристическото предлагане			
	Особености на туристическото предлагане			
	Фактори за формиране на туристическото предлагане			
	Тенденции на развитие на туристическото предлагане			
	ТЕМА 4. ЦЕНИ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ	5	3	
	Условия и предпоставки за формиране на цените в туризма			
	Механизми на ценообразуване в туризма			
	Видове цени в туризма			

	Тенденции в изменението на цените в туризма			
ТЕМА 5. КОНЮНКТУРА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ		5	3	
	Същност и определение за конюнктура на туристическите пазари			
	Показатели за конюнктура на туристическите пазари			
	Предпоставки за развитие на конюнктура на туристическите пазари			
ТЕМА 6. ВИДОВЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		5	3	
	Критерии за обособяване на туристическите пазари.			
	Класификация и видове.			
ТЕМА 7. ИЗСЛЕДВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ И ПАЗАРНА ПОЛИТИКА		5	4	
	Понятие за туристическа пазарна информация			
	Източници, принципи и етапи на изследване на туристическите пазари			
	Субекти и обекти на пазарната политика в туризма			
	Механизми на пазарната политика в туризма			
ТЕМА 8. ОСНОВНИ ЕМИТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		5	4	
	Германия			
	Русия			
	Великобритания			
	Китай, Япония			
	САЩ, Канада			
ТЕМА 9. ОСНОВНИ РЕЦЕПТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ		5	4	
	Испания			
	Франция			
	Италия			
	Гърция			
	Турция и Египет			
	Югоизточна Азия и района на Тихия океан			
	Общо:	45	30	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Курсова работа по предварително зададена тема	1	25
1.2.	Решаване на казус	1	25
1.3.	Литературен обзор	1	25
Общо за семестриален контрол:		3	75
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит – класически писмен с изтегляне на въпроси на лотариен принцип	1	60
Общо за сесиен контрол:		1	60
Общо за всички форми на контрол:		4	135

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Ракаджийска, Св., С. Маринов, Т. Дянков. Туристически пазари. Наука и икономика – ИУ Варна, 2010
2. Ракаджийска, Св. Международният туристически пазар и България, като туристическа дестинация в периода на прехода към пазарна икономика. Наука и икономика – ИУ Варна, 2007
3. Ракаджийска, Св. и кол. Препозициониране на България, като туристическа дестинация. Наука и икономика – ИУ Варна, 2005

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Специализирани туристически продукти на България. Сб. Доклади, , ПТСВ, Славена, Варна, 2003.
2. Annals of Tourism Research, 1990-2011.
3. Tourism Management. London, 1990-2011.
4. Turizam, Zagreb, 2000-2011.
5. WTO, Concepts, Definitions and Classifications For Tourism Statistics. Madrid, 1995.