

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“ – дистанционно обучение

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 3; СЕМЕСТЪР: 6

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 210 ч.; в т.ч. аудиторна 15 ч.

КРЕДИТИ: 7

РАБОТЕН ЕЗИК: български

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	15
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	9
• УПРАЖНЕНИЯ	6
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	195
В т.ч.:	
• КОНСУЛТАЦИИ	8
• САМОПОДГОТОВКА	187

Изготвили програмата:

1.
(проф. д-р Светла Ракаджийска)

2.
(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. “Туризъм”, 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. Дисциплината надгражда знания по микро и макро икономика, спецификата на туризма като сиситема, методиките за проучване на социално - икономически явления. Курсът „Туристически пазари” знания и умения за анализ на пазарни процеси, изследване и прогнозиране на тяхното развитие, формиране на пазарни стратегии и политики.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
1.	ТЕМА 1. ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР
1.1.	Въведение. Понятиен апарат
1.2.	Теории за пазара и туристическия пазар
1.3.	Същност, определение и особености на туристическия пазар
2.	ТЕМА 2. ТУРИСТИЧЕСКО ТЪРСЕНЕ
2.1.	Същност и определение на туристическото търсене
2.2.	Особености на туристическото търсене
2.3.	Фактори за формиране на туристическото търсене
2.4.	Тенденции на развитие на туристическото търсене
3.	ТЕМА 3. ТУРИСТИЧЕСКО ПРЕДЛАГАНЕ
3.1.	Същност и определение на туристическото търсене
3.2.	Особености на туристическото търсене
3.3.	Фактори за формиране на туристическото търсене
3.4.	Тенденции на развитие на туристическото търсене
4.	ТЕМА 4. ЦЕНИ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ
4.1.	Условия и предпоставки за формиране на цените в туризма
4.2.	Механизми на ценообразуване в туризма
4.3.	Видове цени в туризма
4.4.	Тенденции в изменението на цените в туризма
5.	ТЕМА 5. КОНЮНКТУРА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ
5.1.	Същност и определение за конюнктура на туристическите пазари
5.2.	Показатели за конюнктура на туристическите пазари
5.3.	Предпоставки за развитие на конюнктура на туристическите пазари
6.	ТЕМА 6. ВИДОВЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ
6.1.	Критерии за обособяване на туристическите пазари. Класификация
6.2.	Основни емитивни пазари
6.3.	Основни рецептивни пазари
7.	ТЕМА 7. ИЗСЛЕДВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ И ПАЗАРНА ПОЛИТИКА
7.1.	Понятие за туристическа пазарна информация
7.2.	Източници, основни принципи и етапи на изследване на туристическите пазари
7.3.	Субекти и обекти на пазарната политика в туризма
7.4.	Механизми на пазарната политика в туризма

III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ¹

- **учебни ресурси:**

Електронен учебник; Мултимедийни презентации; Файлове;

- **учебни дейности.**

Разписание; База от данни; Готова анкета; Обратна връзка; Избор на отговор;

IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	База данни	1	60
1.2.	Задание	1	50
1.3.	Работилница	1	40
1.4.	Електронен тест	1	20
Общо за семестриален контрол:		4	170
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	25
Общо за сесиен контрол:		1	25
Общо за всички форми на контрол:		5	195

V. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Електронен учебник: „Туристически пазари” (2010 г).

ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Cooper, C. Tourism. Principles and Practices. London, 1994.
2. Foster, D. Travel and Tourism Management. London, 1996.
3. Freyer, W. Tourismus: Einfuehrung in die Fremdenverkehrsoekonomie. 2. Aufl., “Oldenburg Verl.”, Muenchen/Wien, 1990.
4. Mill, R., A. Morrison. The Tourist System: an Introductory Text. 2-nd Ed., New Jersey, 1992.
5. Smith, S. Tourism Analysis. London, 1994.
6. Tinard, Y. Le tourisme-economie et management. McGRAW-HILL., Paris, 1992.
7. Vellas, F. Le Tourisme Mondial. Economika, 1996
8. * * * * Алтернативен туризъм. Сб. доклади на межд, научна к-я. Варна, 1994.

¹ Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инструкция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.

9. * * * * Известия н ИУ. Варна, 1990-2015.
10. * * * * Специализирани туристически продукти на България. Сб. Доклади, Варна, ПТСВ, 2003.
11. * * * * MINTEL, 1990 - 2010
12. * * * * FVW International, 1990-2015
13. * * * * Tourism Management. London, 1990-2015.
14. * * * * UNWTO, Basic documents, Madrid 2000 - 2015
15. * * * * EUROSTAT Tourism Statistics, 2000 - 2015