

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ :
Ректор:
(Профессор д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А Я П Р О Г Р А М М А

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: “ЗАБОТА О КЛИЕНТЕ”;

ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ: „Международный туризм“; ОКС „бакалавр“

КУРС ОБУЧЕНИЯ: 4; СЕМЕСТР: 7;

ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАГРУЗКА: 180 ч.; в т.ч. аудиторная 60 ч.

ЗАЧЕТНЫЕ ЕДИНИЦЫ (КРЕДИТЫ): 6

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ ЗАНЯТИЙ СОГЛАСНО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ

<i>ВИДЫ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ</i>	<i>ВСЕГО ЧАСОВ</i>	<i>НЕДЕЛЬНАЯ НАГРУЗКА (часов)</i>
АУДИТОРНАЯ НАГРУЗКА:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарные занятия/ лабораторные упражнения)	30	2
ВНЕАУДИТОРНАЯ НАГРУЗКА	120	-

Подготовили программу:

1.

.....
(Гл. асс. д-р Мария Велева)

2.

.....
(Проф. д-р Таня Дъбева)

Заведующий кафедрой ЭОТ:

(Проф. д-р Таня Дъбева)

I. АННОТАЦИЯ

Цель учебной дисциплины „Забота о клиенте” – познакомить студентов специальности „Туризм” с основными теоретическими и практическими характеристиками этого современного направления в сфере услуг. Она дает возможность студентам объединить свои знания по управлению, маркетингу, социальной психологии и управлению человеческими ресурсами в туризме с ориентацией на клиента. Основные тематические единицы способствуют практическому применению знаний, усвоенных в процессе изучения этой дисциплины. В этой связи первая часть тем содержит обзор основных теоретических постановок, а вторая часть содержит темы практического применения. Дисциплина ставит своей целью развивать практические умения, которые будут содействовать профессиональной работе студентов специальности в туризме.

II. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

№. по порядку	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ И ПОДТЕМ	ЧИСЛО ЧАСОВ		
		Л	С	З
	Тема 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ЗАБОТЫ О КЛИЕНТЕ: Содержание понятия „забота о клиенте”. Возникновение необходимости в заботе о клиенте в современных фирмах, предоставляющих услуги. Фокус на клиента и его значение для туристических фирм.	4	4	
	ТЕМА 2. ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ЗАБОТЫ О КЛИЕНТЕ В СФЕРЕ УСЛУГ: Экономические и социальные предпосылки развития. Путь от маркетинга до заботы о клиенте. Изучение поведения клиентов и их отношение к продуктам/услугам.	4	4	
	ТЕМА 3. МОДЕЛЬ КОНЦЕПЦИИ „ЗАБОТЫ О КЛИЕНТЕ“: элементы, сущность.	4	4	
	ТЕМА 4. ИНТЕГРИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ „ЗАБОТЫ О КЛИЕНТЕ“ В ФИРМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТКИХ ФИРМ: этапы	8	8	
	ТЕМА 5. ИНТЕГРИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ „ЗАБОТЫ О КЛИЕНТЕ“ В ФИРМЕННОМ УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТКИХ ФИРМ: показатели и критерии	4	4	
	ТЕМА 6. СОЗДАНИЕ ПРОГРАММЫ ЗАБОТЫ О КЛИЕНТЕ: Изготовление индивидуальной организационной стратегии с фокусом на заботу о клиенте. Специфические особенности программы „Забота о клиенте в туристической фирме”	2	2	
	ТЕМА 7. СОХРАНЕНИЕ ПОСТОЯННОГО ФОКУСА НА КЛИЕНТА: Проблемы сохранения фокуса на клиента при функционировании разных организационных систем. Особенности постоянного мониторинга. Добрые примеры.	4	4	
	ВСЕГО:	30	30	

III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:

№. по порядку	ВИД И ФОРМА КОНТРОЛЯ	Число часов	ВАН ч.
1.	Семестровый (текущий) контроль		
1.1.	Казус	1	20
1.2.	Самостоятельная задача	1	40
Всего за семестровый отчет:		2	60
2.	Сессионный (конечный) контроль		
2.1.	Экзамен	1	60
Всего по сессионному отчету:		1	60
Всего по всем формам отчета:		4	120

IV. ЛИТЕРАТУРА

ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ (ОСНОВНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:

1. Мария Велева, Теоретичен модел на концепцията „Грижа за клиента”, Годишник на ИУ-Варна, том 82, 2010г, стр. 328-362.

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНАЯ (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:

- Cook, S., Customer Care Excellence: 6-th edition. Kogan Page, 2011.
- Welsh, K., Who Killed Customer Care. PARTRIDGE, 2013.
- Wellington, P., Effective Customer Care. Kogan Page, 2011.