

**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: „МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ В ТУРИЗМА“**

**ЗА СПЕЦ: ТУРИЗЪМ; ОКС „БАКАЛАВЪР“ – ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7**

**ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.**

**КРЕДИТИ: 6**

**РАБОТЕН ЕЗИК: български**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>12</b>
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	<b>6</b>
• УПРАЖНЕНИЯ	<b>6</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>168</b>
В т.ч.:	
• ЗАДЪЛЖИТЕЛНИ КОНСУЛТАЦИИ	<b>6</b>
• САМОПОДГОТОВКА	<b>162</b>

**Изготвили програмата:**

1. ....  
(Проф. д-р Стоян Маринов)

2. ....  
(Гл. ас. д-р Тодор Дянков)

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

## **I. АНОТАЦИЯ**

*Дисциплината предлага базисни знания за същността, спецификата и начините за осъществяване на маркетинговите комуникации в туризма. Тя разкрива пътищата за привличане и задържане на клиентите и потребителите на туристическите услуги чрез адекватна информация за маркетинговите усилия на фирмите. Дисциплината е неразделна част от специализираната професионална подготовка на бакалавъра по туризъм. Тя му гарантира компетенции за подготовката и осъществяването на различни комуникационни мероприятия и материали за промотиране на туризма.*

## **II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ**

<b>№. по ред</b>	<b>НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ</b>
<b>1.</b>	<b>ТЕМА 1. КОМУНИКАЦИИТЕ В СИСТЕМАТА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ МАРКЕТИНГОВ МИКС</b>
1.1.	Концепция за комуникационен микс в туризма.
1.2.	Комуникационен микс в системата на туристическия маркетинг.
1.3.	Елементи на маркетинговия комуникационен микс в туризма.
1.4.	Съвременни подходи към маркетинговия комуникационен микс в туризма.
1.5.	Имидж на дестинация, корпоративен имидж и брандинг.
<b>2.</b>	<b>ТЕМА 2. РЕКЛАМА И ПЪБЛИК РИЛЕЙШЪНС (ПР) НА ТУРИЗМА</b>
2.1.	Основни понятия и определения. Концепции.
2.2.	Рекламни и ПР носители, средства, канали и мероприятия
2.3.	Принципи и методически изисквания към рекламата и ПР на туризма.
2.4.	Управление на рекламата и ПР на туризма.
<b>3.</b>	<b>ТЕМА 3. СПОНСОРСТВОТО КАТО МАРКЕТИНГОВА КОМУНИКАЦИЯ В ТУРИЗМА</b>
3.1.	Същност и определение. Функции.
3.2.	Механизми на спонсорство.
3.3.	Условия за успех.
<b>4.</b>	<b>ТЕМА 4. ПРОМОЦИЯ</b>
4.1.	Същност и определение. Функции.
4.2.	Видове промоции.
4.3.	Промоционални стратегии.

4.4.	Промоционални подходи и тактики.
4.5.	Комуникационни ефекти.
<b>5.</b>	<b>ТЕМА 5. ДИРЕКТЕН МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМА</b>
5.1.	Определения. Концепции.
5.2.	Техники на директен маркетинг.
5.3.	Комуникационни ефекти.
<b>6.</b>	<b>ТЕМА 6. ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГОВИ КОМУНИКАЦИИ В ТУРИЗМА</b>
6.1.	Същност, определение, механизми, техники.
6.2.	Аудитории на дигиталните маркетингови комуникации и тяхното обособяване
6.3.	Дигитални комуникационни продукти

### **III. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ<sup>1</sup>**

- **учебни ресурси:**  
Електронно учебно помагало; 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.
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	База данни	1	20
1.2.	Задание	1	40
1.3.	Работилница	1	40
1.4.	Електронен тест	1	40
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>4</b>	<b>140</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (присъствен тест)	1	28
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>28</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>5</b>	<b>168</b>

<sup>1</sup> 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.

## **V. ЛИТЕРАТУРА**

### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Електронно помагало: „Маркетингови комуникации в туризма” (2015 г)

### **ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Ракаджийска, Св., С. Маринов, Т. Дянков. Маркетинг в туризма, „Наука и икономика”, 2013 г.
2. Каменов, К. Увод в мениджмънта на рекламата. Лаков прес, 2000.
3. Ракаджийска, Св. и Ст. Маринов. Туристически пазари, реклама и пбблик рилейшънс. Варна, 1998.
4. Сет, Гоудин. Маркетингът на позволениято. „Изток - запад”, 2010.
5. Сп. „Икономика”, 2000 - 2015
6. Специализирани периодични издания и уеб адреси