

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ
КАТЕДРА „ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКИ ЕЗИЦИ“

УТВЪРЖДАВАМ:

Ректор:

(Проф. д-р Пл. Илиев)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “СПЕЦИАЛИЗИРАН ЧУЖД ЕЗИК – ФРЕНСКИ“;

ЗА СПЕЦ: „Международен Туристически Бизнес“ – СС, СНУ;

ОКС „магистър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 10;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 45 ч.

КРЕДИТИ: 6

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	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	15	1
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	135	-

Изготвили програмата:

1.
(ст. пр. Таня Димитрова)

2.
(ст. пр. Светлана Иларионова)

Ръководител катедра:
(ст. пр. Соня Щерева)

I. АНОТАЦИЯ

Курсът обхваща основната терминология от областта на туризма. Акцентът се поставя върху маркетинговото проучване на пазара с цел изработването на определен туристически продукт /пътуване с обща цена, туристическо посещение с екскурзовод/, както и провеждане на рекламна кампания за готовия вече продукт. Предвидени са и часове по делова кореспонденция в туризма /запитване, оферта, рекламация и т.н./. В модула са включени казуси, интерактивни упражнения, ролеви игри, работа с интернет при изработването на продукта и мултимедийна презентация. В края на курса, студентите са способни да прилагат на практика усвоеното по време на обучението и придобиват доста висока езикова автономност, което ще им послужи в бъдещата професионална дейност.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. По ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	
ТЕМА 1. Les monastères bulgares		5	2	
1.1	Initiation aux termes spécifiques			
1.2	Un peu d'histoire			
1.3	Les monastères les plus connus			
ТЕМА 2. L'étude du marché		5	2	
2.1	Segmentation de la clientèle			
2.2	Prospection du marché			
2.3	Choisir le produit approprié			
ТЕМА 3. Concevoir le produit - I-ère partie		5	2	
3.1	La visite touristique guidée – définition, notions générales			
3.2	Déterminer l'itinéraire, la durée			
3.3	Elaborer la visite touristique guidée			
ТЕМА 4. Concevoir le produit - II-ème partie		5	2	
4.1	Le voyage à forfait – définition, notions générales			
4.2	Déterminer l'itinéraire, la durée			
4.3	Concevoir le voyage à forfait			
ТЕМА 5. La publicité dans le tourisme		3	2	
5.1	La langue de la publicité			
5.2	Identifier la cible			
5.3	Choisir le message, le slogan			
ТЕМА 6. Concevoir et mener une campagne publicitaire		3	2	
6.1	Identifier les partenaires			
6.2	Elaborer la stratégie			
6.3	Le déroulement de la campagne			
ТЕМА 7. Correspondance dans le domaine du tourisme		4	2	
7.1	Présentation de la lettre d'affaires			
7.2	Types de lettres touristiques - lettre de demande de renseignement ;			

	la lettre d'offre, etc ...			
7.3	La lettre de réclamation			
7.4	Lettres de réponse à ces lettres			
	Test		1	
	Общо:	30	15	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Презентации	5	50
1.2.	Тестове	3	60
1.3.	Контролни работи	1	25
1.4.			
Общо за семестриален контрол:		9	135
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест)		
Общо за сесиен контрол:		9	135
Общо за всички форми на контрол:		9	135

IV. ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. **Guibilatto G.** Economie touristique. Denges : Delta & Spes
2. **Pasqualini J-P.,** Tourismes. Paris : Dunot, 1990
3. **Le tourisme international.** Collection « Que sais-je »
4. **Chiari, Corbeau.,** Les métiers du tourisme Paris : Hachette, 1991
5. **Descotes, Curin, Sziliagy,** La voyagerie. Paris : Didier- Hatier, 1993

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:

1. Pratique du français de l'Hôtellerie, de la restauration et de la cuisine « Service compris » Genon-Descottes, C., Szlagyi, E., éd. PUG, 1995
2. Calmy, A.-M., Le français du tourisme, éd. Hachette, 2004