

**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛЬТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ”**  
**КАФЕДРА „ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА”**

---

---

**УТВЕРЖДАЮ:**

**Ректор:**

( Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А Я   П Р О Г Р А М М А**

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: “ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС В ТУРИЗМЕ”;

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

КУРС ОБУЧЕНИЯ: 3; СЕМЕСТР: 6;

ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАГРУЗКА: 150 ч.; в т.ч. аудиторная 60 ч.

ЗАЧЕТНЫЕ ЕДИНИЦЫ (КРЕДИТЫ): 5

**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/<br>лабораторные упражнения) | (30)               | (2)                               |
| ВНЕАУДИТОРНАЯ НАГРУЗКА  | (90)               | -                                 |

Подготовили программу:

1. ....  
(Проф. д-р Марин Нешков)

2. ....  
(Доц. д-р Велина Казанджиева)

Заведующая кафедрой ЭОТ : .....  
(Проф. д-р Таня Дъбева)

## I. АННОТАЦИЯ

„Электронный бизнес в туризме” является профилирующей дисциплиной для студентов специальности „Туризм”, которая конкретизирует и расширяет познания в области применения информационных и коммуникационных технологий в туризме. Целью обучения является приобретение специализированных знаний и умений в сторону организации и управления процессами развития туристической деятельности в электронной среде. Содержание дисциплины охватывает: сущность и особенности электронного бизнеса в туризме; электронный бизнес в управлении процессами туристической деятельности и дестинациями; управление отношениями с клиентами; значение веб-сайта для развития электронного бизнеса в туризме.

## II. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

| №. по порядку  | НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ И ПОДТЕМ  | ЧИСЛО ЧАСОВ |           |           |
|--|--|-------------|-----------|-----------|
|  |  | Л           | СЗ        | ЛУ        |
| <b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ Э-БИЗНЕСА В ТУРИЗМЕ</b>                              |  | <b>5</b>    | <b>5</b>  | <b>10</b> |
| 1.1.   | Информационные технологии в современном туризме                      |             |           |           |
| 1.2.   | Сущность и определение электронного бизнеса в туризме                |             |           |           |
| 1.3.   | Виды и формы электронного бизнеса в туризме                          |             |           |           |
| 1.1.   | Информационные технологии в современном туризме                      |             |           |           |
| <b>ТЕМА 2. ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В ТУРИЗМЕ</b>                            |  | <b>5</b>    | <b>5</b>  | <b>10</b> |
| 2.1.   | Предпосылки и факторы развития э-бизнеса в туризме                   |             |           |           |
| 2.2.   | Глобальные дистрибуционные системы в туризме                         |             |           |           |
| 2.3.   | Онлайн-посредники в туризме  |             |           |           |
| 2.4.   | Интернет и электронный бизнес в туризме                              |             |           |           |
| 2.5.   | Правовые основы электронного бизнеса в туризме                       |             |           |           |
| <b>ТЕМА 3. ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС В УПРАВЛЕНИИ ПРОЦЕССАМИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</b> |  | <b>5</b>    | <b>5</b>  | <b>10</b> |
| 3.1.   | Э-бизнес в гостиничном хозяйстве                                     |             |           |           |
| 3.2.   | Э-бизнес в деятельности агентств путешествий                         |             |           |           |
| 3.3.   | Э-бизнес в других сферах туристической деятельности                  |             |           |           |
| <b>ТЕМА 4. ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИМИ ДЕСТИНАЦИЯМИ</b>           |  | <b>5</b>    | <b>5</b>  | <b>10</b> |
| 4.1.   | Организация управления туристическими дестинациями                   |             |           |           |
| 4.2.   | Интегрированные системы э-бизнеса для дестинаций                     |             |           |           |
| 4.3.   | Электронные дестинации   |             |           |           |
| <b>ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ ПРИ ЭЛЕКТРОННОМ БИЗНЕСЕ В ТУРИЗМЕ</b>  |  | <b>5</b>    | <b>5</b>  | <b>10</b> |
| 5.1.   | Характеристика систем управления отношениями с клиентами             |             |           |           |
| 5.2.   | Классификация систем управления отношениями с клиентами              |             |           |           |
| 5.3.   | Профиль потребителей в условиях э-бизнеса в туризме                  |             |           |           |
| 5.4.   | Подходы к управлению отношениями с клиентами                         |             |           |           |
| <b>ТЕМА 6. ВЕБ-САЙТ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В ТУРИЗМЕ</b>                               |  | <b>5</b>    | <b>5</b>  | <b>10</b> |
| 6.1.   | Классификация и принципы применения веб-сайта                        |             |           |           |
| 6.2.   | Веб-сайт как маркетинговый инструмент электронного бизнеса в туризме |             |           |           |
| 6.3.   | Развитие и реклама веб-сайта   |             |           |           |
| <b>Всего:</b>  |  | <b>30</b>   | <b>30</b> | <b>60</b> |

### III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:

| №. по порядку                       | ВИДЫ И ФОРМЫ КОНТРОЛЯ                                      | Число часов | ВАН ч.    |
|-------------------------------------|--|-------------|-----------|
| <b>1.</b>                           | <b>Семестровый (текущий) контроль</b>                      |             |           |
| 1.1.                                | Казус  | <b>1</b>    | <b>20</b> |
| 1.2.                                | Курсовая работа – письменная по заданной конкретной теме   | <b>1</b>    | <b>20</b> |
| 1.3.                                | Домашняя работа – письменная по заданной конкретной задаче | <b>1</b>    | <b>20</b> |
| <b>Всего за семестровый отчет:</b>  |  | <b>3</b>    | <b>60</b> |
| <b>2.</b>                           | <b>Сессионный (конечный) контроль</b>                      |             |           |
| 2.1.                                | Экзамен – Тест с открытыми и закрытыми вопросами           | <b>1</b>    | <b>30</b> |
| <b>Всего по сессионному отчету:</b> |  | <b>4</b>    | <b>90</b> |
| <b>Всего по всем формам отчета:</b> |  |             |           |

### IV. ЛИТЕРАТУРА

#### ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ (ОСНОВНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:

1. **Величкова, Д.** Управление на връзките с клиентите при електронния бизнес., ИК”КОТА”, Ст. Загора, 2007.
2. **Кашева, М., А. Абаджиев.** Възможности за приложение на Интернет като маркетингов промоционален и комуникационен инструмент в туризма. Годишник на ИУ – Варна, 2009.
3. **Краева, В.** Електронен бизнес в туризма. СА – Свищов, 2008.
4. **Чудновский, М., А. Жукова.** Информационные технологии управления в туризме. М, 2007.
5. **Alford, Ph.** eCRM in the travel industry. Travel&Tourism Analyst, № 1, London, 2001.
6. **Alford, Ph.** Global Distribution Systems. Travel&Tourism Analyst, May, London, 2006.

#### РЕКОМЕНДУЕМАЯ (ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ) ЛИТЕРАТУРА:

1. **Атанасова, Л.** Маркетинг на взаимовръзките. ЕКД-ПРЕС, Габрово, 2008.
2. **Амор, Д.** (Р)еволюция на Е-бизнеса. „ИнфоДАР”, София, 2000.
3. **Бакърджиева, Т.** Електронен бизнес – технологии и мрежи. ВСУ, Варна, 2006.
4. **Василева, Б.** Изследвания и модели на е-маркетингови стратегии на фирмите. СТЕНО, Варна, 2005.
5. **Данько, Т. и к-в** Електронный маркетинг. ИНФРА – М., 2003.
6. **Тонкова, Е.** Дистрибуционни модели в условията на е-бизнес. СТЕНО, Варна, 2005.
7. **Abaddzhiev, A., O. Euba, S. Zeeshan.** Internet and Intermediaries in the Tourism Distribution Channel. Göteborg University, 2006.
8. **Alford, Ph.** E-business model in travel industry. Travel&Tourism Analyst, № 3, London, 2000.
9. **Alford, Ph.** eCRM in the travel industry. Travel&Tourism Analyst, № 1, London, 2001.
10. **Alford, Ph.** Global Distribution Systems. Travel&Tourism Analyst, May, London, 2006.
11. **Buhalis, D.** The future of e-Tourism intermediaries. Tourism management, Vol. 23, № 3, 2002.
12. **Hsien-tang, T., L. Huang.** Emerging e-commerce development model for Taiwanese travel agencies. Tourism Management, Elsevier, 2004.
13. **Sigala, M.** e-CRM in the hotel sector: guest’s perceptions of perceived e-service quality levels. Tourism, Vol. 64, № 4, 2006.
14. **Smith, C., P. Jenner.** Tourism and the Internet. Travel&Tourism Analyst, № 1, 1998.
15. <http://www.amadeus.com>; <http://www.asta.org>; <http://www.crt.dk/UK/staff/chm/trends.htm>.
16. <http://www.entrepreneur.com>; <http://www.tourcms.com>