

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ**  
**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: **“МЕНИДЖМЪНТ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСИНАЦИЯ”;**

ЗА СПЕЦ: **„Международен туристически бизнес“; ОКС „магистър“**

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: **5; СЕМЕСТЪР: 9;**

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: **240 ч.; в т.ч. аудиторна 75 ч.**

КРЕДИТИ: **8**

**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	<b>....(45)</b>	<b>.....(3)</b>
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	<b>....(30)</b>	<b>.....(2)</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>....(165)</b>	<b>-</b>

Изготвили програмата:

1. ....  
(Проф. д-р Стоян Маринов)

2. ....  
(Гл. ас. д-р Красмира Янчева)

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

## I. АНОТАЦИЯ

Туристическата дестинация е основен системообразуващ елемент на туризма. В нея се пресичат интересите на различни заинтересовани страни - туристи, туристически бизнес, публичен сектор и местно население. В условията на днешната интензивна конкуренция, успехът на отделната туристическа дестинация зависи все повече от прилагането на интегриран управленски подход за координирането и консултирането на различните участници за постигане на общи цели.

Дисциплината „Мениджмънт на туристическата дестинация“ представя цялостния процес на управление на дестинацията чрез разглеждане на основни управленски функции като – анализиране, планиране, организиране, координиране, мониторинг, оценка и контрол. Специален акцент се поставя върху важни предметни управленски дейности на равнище дестинация като: маркетинг, развитие на продукта, качество на посетителските преживявания, използване на новите информационни технологии, функциониране на организация за управление на туристическа дестинация (ОУТД).

При изучаването на дисциплината студентите получават знания за управлението на туристическата дестинация като система. Опознават субектите, функциите, обектите и механизмите на управление на туристическата дестинация.

Дисциплината формира умения за: анализиране на туристическа дестинация; разработване на стратегии и програми за развитие на туристическа дестинация; конструиране и управление на организация за управление на туристическа дестинация.

Изучаващите дисциплината получават нагласи и формират мотивация за вземане и реализиране на управленски решения за устойчиво развитие на туристическа дестинация.

Придобитите професионални компетентности са предпоставка за успешна професионална реализация в национални и регионални организации за управление на туристическа дестинация (ОУТД), в ТИЦ, в областта на консултирането в туризма и изследванията в туризма.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА ПЪРВА. ВЪВЕДЕНИЕ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	
1.1.	Дефиниране на туристическата дестинация			
1.2.	Понятие за управление на дестинация			
1.3.	Необходимост от управление на дестинацията			
<b>ТЕМА ВТОРА. АНАЛИЗИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>5</b>	<b>3</b>	
2.1.	Ситуационен анализ			
2.2.	Анализ на макросредата			
2.3.	Анализ на пазара на туристическата дестинация			
2.4.	Анализ на конкурентите - оценка на конкурентоспособността на туристическата дестинация			
<b>3. ТЕМА ТРЕТА. ПЛАНИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>5</b>	<b>3</b>	
3.1.	Визия за развитие на туристическата дестинация			
3.2.	Целеполагане за туристическата дестинация			
3.3.	Стратегии за развитие на туристическата дестинация			
3.4.	Програма за реализиране на целите и стратегиите на дестинацията			

<b>4. ТЕМА ЧЕТВЪРТА. МАРКЕТИНГ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>5</b>	<b>3</b>	
4.1.	Сегментиране на пазара на туристическата дестинация			
4.2.	Маркетингов микс на туристическата дестинация			
4.3.	Продукти на туристическата дестинация			
4.4.	Системи за дистрибуция на туристическата дестинация			
4.5.	Ценообразуване на туристическата дестинация			
4.6.	Комуникации на туристическата дестинация			
<b>ТЕМА ПЕТА. ПОЗИЦИОНИРАНЕ И БРАНДИНГ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>5</b>	<b>3</b>	
5.1.	Конкурентно позициониране на туристическата дестинация			
5.2.	Брандинг на туристическата дестинация			
<b>ТЕМА ШЕСТА. РАЗВИТИЕ НА ПРОДУКТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	
6.1.	Продуктови стратегии			
6.2.	Управление на жизнения цикъл на продукта на туристическата дестинация			
6.3.	Продуктов портфейл и развитие на нов продукт на туристическата дестинация			
<b>ТЕМА СЕДМА. УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО НА ПОСЕТИТЕЛСКИТЕ ПРЕЖИВЯВАНИЯ</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	
7.1.	Стандарти за качество			
7.2.	Развитие на кадрите в туристическото обслужване			
7.3.	Повишаване на гостоприемството на общността-домакин			
7.4.	Управление на посетителите на дестинацията			
<b>ТЕМА ОСМА. НОВИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	
8.1.	Новият технологичен контекст на туристическия пазар			
8.2.	Модел на Е-Бизнеса на туристическата дестинация			
8.3.	Е-маркетинг и CRM на туристическата дестинация			
<b>ТЕМА ДЕВЕТА. ОРГАНИЗАЦИОННИ АСПЕКТИ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>5</b>	<b>3</b>	
9.1.	Функции и отговорности в управлението на туристическата дестинация			
9.2.	Координираща роля на Организацията за управление на туристическата дестинация (ОУТД)			
9.3.	Корпоративно управление на ОУТД			
9.4.	Разработване на стратегия и план на ОУТД за управление на туристическата дестинация			
9.5.	Бизнес-планиране и бюджетиране на ОУТД			
9.6.	Стандарти за управление на ОУТД			
9.7.	Мониторинг и оценка на управлението на туристическата дестинация			
<b>ТЕМА ДЕСЕТА. РОЛЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ЦЕНТРОВЕ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	
10.1.	Същност на ТИЦ			
10.2.	Функции на ТИЦ			
10.3.	Статут и собственост на ТИЦ			
10.4.	Управление на ТИЦ			

10.5.	Работа на ТИЦ в мрежа			
10.6.	Добри практики на функциониране на ТИЦ			
		<b>Общо:</b>	<b>45</b>	<b>30</b>

### **III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ:**

<b>№. по ред</b>	<b>ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА</b>	<b>Брой</b>	<b>ИАЗ ч.</b>
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Казуси	4	40
1.2.	Презентация	1	20
1.3.	Курсова работа	1	40
	<b>Общо за семестриален контрол:</b>	<b>6</b>	<b>100</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест)	1	65
	<b>Общо за сесиен контрол:</b>	<b>1</b>	<b>65</b>
	<b>Общо за всички форми на контрол:</b>	<b>7</b>	<b>165</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Маринов, С. Мениджмънт на туристическата дестинация. Изд. „Наука и икономика“ – ИУ- Варна, 2015

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Маринов, С., В. Казанджиева, М. Нешков и др. Конкурентоспособност на община Варна като туристическа дестинация. Варна: Изд. „Наука и икономика“ –ИУ-Варна, 2014
2. Маринов, С., В. Казанджиева, Т. Дянков и др. Конкурентоспособност на туристическа дестинация. Варна: ФИЛ, 2013
3. Association of Destination Management Ex. Best Practices in Destination Management, 2011
4. Diaz-perez, Flora Maria. Competitive Strategies and Policies for Tourism Destinations: Quality, Innovation and Promotion (Tourism and Hospitality Development and Management), Nova Science Pub Inc, 2010
5. Morgan, Nigel, Annette Pritchard, Roger Pride. Destination Brands. Managing Place Reputation. Butterworth-Heinemann, 2011
6. Morrison, Alastair. Marketing and Managing Tourism Destinations. Routledge, 2013
7. Ritchie, J R Brent, G. I. Crouch. The Competitive Destination. CABI, 2005;
8. Wang, Youcheng , Abraham Pizam. Destination Marketing and Management: Theories and Applications. CABI, 2011
9. World Tourism Organization. A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid, 2007