

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ФАКУЛТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“**

---

---

Приета от ФС (протокол №9/05.03.2020 г.)

Приета от КС (протокол №7/18.02.2020 г.)

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Декан:**

**(Проф. д-р Стоян Маринов)**

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: “ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В ТУРИЗМА”;

ЗА СПЕЦ: „Туризм“; ОКС „бакалавър“

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7;

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 60 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)	30	2
	120	
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ		-

Изготвили програмата:

1. ....  
(доц. д-р Велина Казанджиева)

2. ....  
(хон. проф. д-р Марин Нешков)

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

## I. АНОТАЦИЯ

*„Дигитализация в туризма“ е избираема дисциплина за студентите от специалност „Туризъм“. Тя конкретизира и разширява познанията в областта на приложението на информационните и комуникационните технологии в туризма. Целта на обучението е придобиване на специализирани знания и умения за организация и управление на процесите при развитие на туристическа дейност в дигитална среда. Съдържанието на дисциплината обхваща: същност и особености на дигиталния бизнес в туризма; дигитализация в управлението на туристическите дейности и дестинации; управление на отношенията с клиентите; значение на уебсайта за развитие на дигитализацията в туризма. Придобитите знания по дисциплината формират умения и компетенции за: разширяване на възможностите за реализация на туристически услуги във цифрова-дигитална среда: използване на предимствата на технологиите и Интернет за подобряване на туристическото обслужването.*

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
<b>ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
1.1.	Информационните технологии в съвременния туризъм			
1.2.	Същност и определение на дигитализацията в туризма			
1.3.	Видове и форми на дигитализация в туризма			
1.4.	Туризъм и технологичен прогрес			
<b>ТЕМА 2. ОСОБЕНОСТИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
2.1.	Предпоставки и фактори за дигитализация в туризма			
2.2.	Дефиниране и теоретични основи на дигиталния туризъм			
2.3.	Особености и съдържание на дигиталния туризъм			
2.4.	Етапи и еволюция на дигиталната туристическа система			
2.5.	Интелигентни (смайт) изменения в дигиталната туристическа система			
2.6.	Правни основи на дигитализацията в туризма			
<b>ТЕМА 3. ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕЙНОСТИ</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
3.1.	Дигитализация в хотелиерството			
3.2.	Дигитализация в дейността на пътническите агенции			
3.3.	Дигитализация в други туристически дейности			
<b>ТЕМА 4. ДИГИТАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
4.1.	Организации за управление на туристически дестинации			
4.2.	Интегрирани системи за дигитализация на управлението на дестинации			
4.3.	Дигитални дестинации			
<b>ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ НА ОТНОШЕНИЯТА С КЛИЕНТИ ПРИ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
5.1.	Характеристика на системите			
5.2.	Класификация на системите			
5.3.	Профил на потребителите при дигиталния туризъм			
5.4.	Подходи за управление на отношенията с клиенти			

<b>ТЕМА 6. РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА УЕБСАЙТА ПРИ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ТУРИЗМА</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>10</b>
6.1.	Класификация и принципи на използване на уебсайта			
6.2.	Уебсайтът като маркетингов инструмент за дигитализация в туризма			
6.3.	Развитие и реклама на уебсайта			
<b>Общо:</b>		<b>30</b>	<b>30</b>	<b>60</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.	Курсова работа	<b>1</b>	<b>30</b>
1.2.	Казуси	<b>1</b>	<b>30</b>
1.3.	Домашна работа - писмена по зададена тема	<b>1</b>	<b>20</b>
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>80</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (тест) – писмен с отворени и затворени въпроси	<b>1</b>	<b>40</b>
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>1</b>	<b>40</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>4</b>	<b>120</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) 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. Москва, 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.

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) 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, Университетско издателство, 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. **Buhals, 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.