

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
ФАКУЛЬТЕТ „УПРАВЛЕНИЕ“
КАТЕДРА „ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА“

Принята на зас. ФС (Прот. №9/ 05.03.2020 г.)
Принята на зас. Кафедры (Прот. №7/ 18.02.2020 г.)

УТВЕРЖДАЮ:
Декан:
(Проф. д-р Стоян Маринов)

У Ч Е Б Н А Я П Р О Г Р А М М А

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: **“ЦИФРОВИЗАЦИЯ В ТУРИЗМЕ ”;**
ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ: **„Международный туризм“; ОКС „бакалавр“**
КУРС ОБУЧЕНИЯ: **4; СЕМЕСТР: 7;**
ОБЩАЯ СТУДЕНЧЕСКАЯ НАГРУЗКА: **180 ч.; в т.ч. аудиторная 60 ч.**
ЗАЧЕТНЫЕ ЕДИНИЦЫ (КРЕДИТЫ): **6**

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ ЗАНЯТИЙ СОГЛАСНО УЧЕБНОМУ ПЛАНУ

<i>ВИД УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ</i>	<i>ВСЕГО ЧАСОВ</i>	<i>НЕДЕЛЬНАЯ НАГРУЗКА (часы)</i>
АУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ:		
т. ч.		
• ЛЕКЦИИ	30	2
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарские занятия/ лабораторные упражнения)	30	2
ВНЕАУДИТОРНАЯ ЗАНЯТОСТЬ	120	-

Подготовили программу:

1.
(доц. д-р Велина Казанджиева)
2.
(хон. проф. д-р Марин Нешков)

Заведующий кафедрой:
„Экономика и организация туризма“ (Проф.д-р Таня Дъбева)

І. АННОТАЦИЯ

„Цифровизация в туризме” – элективная дисциплина (дисциплина по выбору), предназначенная для студентов специальности „Туризм“. Она конкретизирует и расширяет знания в области применения информационных и коммуникационных технологий в туризме. Цель обучения – приобретение специализированных знаний и умений в сторону организации и управления процессами развития туристской деятельности в цифровой среде. Содержание дисциплины охватывает: сущность и особенности цифрового бизнеса в туризме; цифровизацию в процессе управления туристскими деятельностью и дестинациями; управление отношениями с клиентами; значение веб-сайта для развития цифровизации в туризме. Приобретенные знания по дисциплине формируют умения и компетенции с целью расширения возможностей реализации туристских услуг в цифровой среде: использование преимуществ технологий и Интернета для улучшения туристского обслуживания.

ІІ. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

№. по порядку	НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМ И ПОДТЕМ	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ		
		Л	СЗ	ЛУ
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ		5	5	10
1.1.	Информационные технологии в современном туризме			
1.2.	Сущность и определение цифровизации в туризме			
1.3.	Виды и формы цифровизации в туризме			
1.4.	Туризм и технологический прогресс			
	<i>КЕЙС 1: Преимущества и недостатки технологий в туризме</i>			
ТЕМА 2. ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ		5	5	10
2.1.	Предпосылки и факторы цифровизации в туризме			
2.2.	Определение и теоретические основы цифрового туризма			
2.3.	Особенности и содержание цифрового туризма			
2.4.	Этапы и эволюция цифровой туристической системы			
2.5.	Интеллектуальные (смарт-) изменения в цифровой туристической системе			
2.6.	Правовые основы цифровизации в туризме			
	<i>КЕЙС 2: Характеристика дистрибьюторской системы по выбору</i> <i>КЕЙС 3: Преимущества и недостатки продаж в Интернете</i>			
ТЕМА 3. ЦИФРОВИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКИМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЯМИ		5	5	10
3.1.	Цифровизация в сфере гостиничного хозяйства			
3.2.	Цифровизация в сфере агентств путешествий			
3.3.	Цифровизация в сфере других туристских деятельностей			
	<i>КЕЙС 4: Работа с системой бронирования в системе туризма</i>			
ТЕМА 4. ЦИФРОВИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКИМИ ДЕСТИНАЦИЯМИ		5	5	10
4.1.	Организации управления туристскими дестинациями			
4.2.	Интегрированные системы цифровизации управления дестинациями			
4.3.	Цифровые дестинации			
	<i>КЕЙС 5: Характеристика системы бронирования дестинации по выбору</i>			
ТЕМА 5. УПРАВЛЕНИЕ ОТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ ПРИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ		5	5	10
5.1.	Характеристика систем			
5.2.	Классификация систем			

5.3.	Профиль потребителей цифрового туризма			
5.4.	Подходы к управлению отношениями с клиентами			
ТЕМА 6. РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ВЕБ-САЙТА ПРИ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ		5	5	10
6.1.	Классификация и принципы использования веб-сайта			
6.2.	Веб-сайт как маркетинговый инструмент цифровизации в туризме			
6.3.	Развитие и реклама веб-сайта			
<i>КЕЙС 6: Проект веб-сайта туристического предприятия</i>				
Итого:		30	30	60

III. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ:

No. по порядку	ВИД И ФОРМА КОНТРОЛЯ	Количество часов	ВАЗ ч.
1.	Текущий (во время семестра) контроль		
1.1.	Курсовая работа	1	30
1.2.	Кейсы	1	30
1.3.	Домашняя работа - письменная по заданной теме	1	20
Всего часов для текущего контроля:		3	80
2.	Сессионный (во время сессии) контроль		
2.1.	Экзамен (тест) – письменный с открытыми и закрытыми вопросами	1	40
Всего часов для сессионного контроля:		1	40
Всего часов для всех форм контроля:		4	120

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. 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.

РЕКОМЕНДАТЕЛЬНАЯ (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, 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.