

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА
КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ - ВАРНА
КАТЕДРА „ТУРИЗЪМ“

Приета от СК (протокол №/ дата): №6/8.05.2020 г.

Приета от КС (протокол №/ дата): №7/30.04.2020 г.

УТВЪРЖДАВАМ:

Директор:

(доц.д-р Генка Рафаилова)

У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „СОЦИАЛНА ПСИХОЛОГИЯ В ТУРИЗМА”

ЗА СПЕЦИАЛНОСТИ: „Мениджмънт на туризма и свободното време” и „Мениджмънт на хотели и ресторанти”; ОКС “професионален бакалавър”

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: втори; СЕМЕСТЪР: трети

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 120 ч. вт.ч. аудиторна 30 ч.

КРЕДИТИ: 4

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО(часове)</i>	<i>СЕДМИЧНА НАТОВАРЕНОСТ (часове)</i>
ЛЕКЦИИ	15	1
УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	15	1
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	90	-

Изготвили програмата:

1.
(доц.д-р Николета Михалева)

2.
(гл.ас.д-р Мария Велева)

Ръководител катедра:
„Туризм” (Доц.д-р Снежина Кадиева)

I. АНОТАЦИЯ

Разбирането на туриста и установяването и поддържането на подходящи интеракции с него е в основата на много процеси и дейности в туризма. Предназначението на учебната дисциплина "Социална психология в туризма" е да научи студентите да обясняват поведението на туристите с помощта на социалната психология и да формират проактивна нагласа /изпреварване на действията на туриста/.

Очакваните резултати от обучението по тази учебна дисциплина са усвояването на ключови понятия и тези от социалната психология за профила и поведението на туриста и социални умения за работа с туристи по време на обслужването им.

II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

№ по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СУ	ЛУ
ТЕМА 1: СОЦИАЛНА ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИАЛНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИ ПРОФИЛ НА ТУРИСТА		2	1	
1.1.	Какво е "социална психология"			
1.2.	Социално-психологически акценти в теоретичните модели за поведението на туриста като потребител			
1.3.	Социално- психологически фактори, които оказват влияние на поведението на туриста като потребител			
ТЕМА 2: МОТИВАЦИЯ И НАГЛАСА, ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ ЗА ПОКУПКА И ОЦЕНЯВАНЕ НА ПОКУПКАТА		1	2	
2.1.	Мотивация за покупка – общо и в туризма			
2.3.	Вземане на решение за покупка и оценка на покупката			
ТЕМА 3: „ВЪНШНОТО” ПОВЕДЕНИЕ НА ТУРИСТА		2	2	
3.1.	Основните елементи на „външното” поведение на туриста			
3.2.	Скритите послания на „външното” поведение			
3.3.	Възможности да разбираме по-добре „външното” поведение на туриста			
ТЕМА 4: ВИДОВЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В ПРОДАЖБИТЕ И ОБСЛУЖВАНЕТО „ЛИЦЕ В ЛИЦЕ”		1	2	
4.1.	Природата на обслужването и продажбите „лице в лице”			
4.2.	Основни етапи в обслужването и продажбите „лице в лице”			
4.3.	Оценяване на покупката и социално-психологически техники за влияние			
ТЕМА 5: ВЕРБАЛНО И НЕВЕРБАЛНО ВЛИЯНИЕ В ОБСЛУЖВАНЕТО И ПРОДАЖБИТЕ „ЛИЦЕ В ЛИЦЕ”		2	2	
5.1.	Убеждаване и влияние			
5.2.	Оказване на влияние чрез думи, въпроси и начини на слушане			
5.3.	Техники за невербално влияние			
ТЕМА 6: СПЕЦИФИЧНИ ПОДХОДИ В ОБСЛУЖВАНЕТО И ПРОДАЖБИТЕ „ЛИЦЕ В ЛИЦЕ”		1	2	
6.1.	Работа с туристи, които имат различна степен на готовност за покупка			
6.2.	Работа с туристи според особеностите на тяхното поведение и навиците им за разходване на пари			
ТЕМА 7: СОЦИАЛНИ УМЕНИЯ ЗА РАБОТА С ТУРИСТИ		3	2	
7.1.	Социална интелигентност			

7.2.	Петте социални умения			
ТЕМА 8: УСВОЯВАНЕ НА УМЕНИЯ ЗА РАЗРЕШАВАНЕ НА ПРОБЛЕМИ В РАБОТАТА С ТУРИСТИ		3	2	
8.1.	Процесът на разрешаване на проблем			
8.2.	Пътят на усвояването на умение за разрешаване на проблем в работата с туристи			
ОБЩО:		15	15	

III. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
1.	Семестриален (текущ) контрол		
1.1.	Тест със затворени въпроси	1	30
1.2.	Домашна работа	1	30
Общо за семестриален контрол:		2	60
2.	Сесиен (краен) контрол		
2.1.	Изпит (тест) - класически писмен изпит	1	30
Общо за сесиен контрол:		1	30
Общо за всички форми на контрол:		3	90

IV. ЛИТЕРАТУРА

ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Албрехт, К. (2006) *Социалната интелигентност*, София, Изток-Запад
2. Кюнке, Е. (2010) *Езикът на тялото*, София, Алекс Софт
3. Лакани, Д. (2005) *Убеждаване*, София, Анхира
4. Трейси, Б., Рон Ардън, (2010) *Силата на твоя чар*, София, AMG Publishing
5. Христова, Т., Мария Велева, (2011) *Социална психология в туризма*, Варна, Наука и икономика
6. Чалдини, Р. (2005) *Влиянието. Психология на убеждаването*. София, Изток-Запад
7. Bishop, S. *The Complete Guide of People Skills*. Gover, (2011) Carmouche, R. Nancy Kelly. *Behavioral Studies in Hospitality Management*.

ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА(ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:

1. Гитомър, Д. (2007) *Малка зелена книга за постигане на своето*. София, Изток-Запад
2. Ради, Р., Кейт Бъртън, (2009) *Невролингвистично програмиране*. София, Алекс Софт
3. Loockwood, A., Peter Jones. (1994) *People and the Hotel and Catering Industry*. London, Cassell