

Факултет „Международна икономика и администрация“
Катедра “Администрация, управление и политически науки”
Професионално направление: „Администрация и управление“
Катедра “Администрация и управление”
Специалност: “Бизнес администрация и мениджмънт”
Магистърска програма “Управление на културния туризъм”
Образователно-квалификационна степен: “магистър”

ОПИСАНИЕ НА ЛЕКЦИОНЕН КУРС

1. Код: MAN 3051
 2. Наименование на учебната дисциплина: **Стратегии и концепции за развитието на туризма**
 3. Вид: задължителна.
 4. Цикъл: втори.
 5. Година от обучението: първа.
 6. Семестър, в който се изучава: първи.
 7. Брой кредити: 4,5
 8. Име на лектора: доц. д-р Младен Тонев в екип с доц. д-р Румен Драганов.
 9. Резултати от обучението: Целта е студентите да навлязат в същността на маркетингови и комуникационни стратегии на туристическа фирма, а получените знания да им помогнат за успешна професионална и социална реализация.
 10. Начин на осъществяване: директно.
 11. Предварителни и съпътстващи изисквания: От студентите се очаква да притежават знания по Маркетинг, Рекламна и ПР комуникация, Въведение в предприемачеството, изучавани в бакалавърската степен.
 12. Съдържание на курса: Учебната дисциплина ще запознае студентите с основните проблеми, организационни, вътрешни и външни, пазарни и комуникационни фактори на туристическа фирма, иновативни решения за управлението на туристическа дестинация, елементи на комуникационния микс, практики за въздействие на общественото мнение, спонсорство и организация на туристическа дестинация, създаване на законови механизми чрез мрежа от туристически бизнес паркове и управление на туристически бизнес паркове.
 13. Препоръчителна или задължителна литература за четене или други образователни ресурси/ инструменти:
 - Воденска, М., Асенова, М., Въведение в туризма, 2005.
 - Драганов, Р., Туристическо право, Сборник лекции, 2016.
 - Думите на медийния преход. Речник. Съставители: М. Пешева, М. Попова и М. Петров. С., 2010.
- Интернет източници:**
<http://media-marketing.ucoz.ru/IMK-II.pdf>
<http://media-marketing.ucoz.ru/IMK-Reklama.pdf>
<http://www.newmedia21.eu/analizi/integriranite-marketingovi-komunikatsii-noviyat-star-tramplina-branda-chast-ii/>
14. Планирани дейности за обучение и методи на преподаване: лекции, семинари, решаване на казуси.
 15. Методи за оценка и критерии: Писменият изпит се провежда под формата на решаване на тест-въпросник с открити въпроси, включващ въпроси от лекционния материал. За успешно полагане на изпита се изисква най-малко половината от максималния брой точки, който може да бъде набран от теста.
Основна форма за оценяване е устен изпит, който се провежда в рамките на сесията и формира окончателната оценка; по време на курса- събеседване; крайно оценяване- чрез изпит.
 16. Език на преподаване: български.