



КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ - БЛАГОЕВГРАД

КАТЕДРА „ТУРИЗЪМ“

Утвърждавам,

Ректор: *С. Кирова*

/ДОЦ. Д-Р СТОЯН КИРОВА



УЧЕБНА ПРОГРАМА

По дисциплината:	КОНКУРЕНТНИ СТРАТЕГИИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА
Включена като	ФАКУЛТАТИВНА УЧЕБНА ДИСЦИПЛИНА
В учебния план на специалност:	ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ОБСЛУЖВАНЕ
Професионално направление:	ТУРИЗЪМ
Образователно-квалификационна степен:	ПРОФЕСИОНАЛЕН БАКАЛАВЪР
Срок на обучение	ШЕСТ СЕМЕСТЪРА
Форма на обучение	РЕДОВНА
Катедра, осигуряваща обучението:	ТУРИЗЪМ

БЛАГОЕВГРАД

2022

I. ИЗВАДКА ОТ УЧЕБНИЯ ПЛАН

Семестър	Кредити	Аудиторна заетост			Извънаудиторна заетост
		общо	лекции	семинари	
		30	30		30
Оценяване					Текущ контрол, курсова работа и писмен изпит

II. АНОТАЦИЯ

Дисциплината е ориентирана към изследване на инвестиционните и иновационните стратегии в туризма, интеграционните процеси, глобализацията и политиките по повод на тях. Лекционният курс проследява теоретичните постановки, необходими за изясняване спецификата на конкуренцията и конкурентоспособността и влиянието им върху дейността на туристическите предприятия. Насочва вниманието на студентите също така към приложимите маркетингови техники и управленски практики, както и акцентира върху теорията за фирменото управление и успешното ѝ прилагане в практиката с цел извеждане на конкурентни предимства за разрастване на дейността.

III. ЦЕЛИ И ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ

Целта на учебната дисциплина "Конкурентни стратегии за развитие на туризма" е студентите да усвоят знания във връзка с иновативните и конкурентни стратегии, приложими в дейността на туристическите предприятия.

Основните задачи, които следва да бъдат решавани при реализацията на учебната програма са:

Основните задачи на учебната дисциплина са студентите да се запознаят с приложението на иновативните и конкурентни стратегии в конкретиката на туроператорските и туристически агентски филми.

Методи на преподаване: Преподаването е комбинация от лекционно интерактивно изложение, презентации и дискуссионни семинари. Презентациите се правят 3-4 студенти, по конкретни, предварително определени теми. Те се подготвят на основата на: научни статии, монографии, изследвания, доклади от конференции, дискуссионни материали, статистически източници от национални и международни организации. Дискуссионните семинари се провеждат по зададени за самостоятелна подготовка публикации, както на водещи автори в сферата на туризма и управлението. По отделни теми се канят за участие експерти.

Обучението се осъществява чрез комбинирането на лекции, практически занятия и индивидуална задача под формата на курсова работа. Необходимите ресурси за обучение са: мултимедия, компютър и интернет връзка.

Самостоятелната работа е насочена към задълбочаване на подготовката по конкретни проблеми или усвояване на други, специфични проявления на теоретични процеси и зависимости в областта на географията на туризма. Тя е съобразена с индивидуалните предпочитания и възможности на студентите. Те са задължени да се

подготвят за дискусиите по предварително утвърдени задължителни литературни източници, както и по избрани от тях публикации. Извън аудиторната работа включва още подготовката на презентациите по определени теми и тяхната защита по време на дискусиите.

Очаквани резултати: Дисциплината ще даде теоретическо и практическо познание за приложение на основни познания от областта на стратегическото конкурентно планиране. Получената подготовка ще им бъде полезна за по-лесно усвояване на материала по надграждащи дисциплини, както и във връзка с практическата им подготовка.

Придобити компетенции

Успешно завършилите обучението по тази дисциплина:

1. Ще знаят:

Възникването и етапното развитие на теорията за конкуренцията;

Същността на стратегическото конкурентно планиране в туризма, с оглед на неговото развитие.

2. Ще могат:

Да идентифицират конкурентната позиция на туристическата агенция, като се ориентират в конкурентната среда;

Да вземат правилни управленчески решения;

Да формират управленческа стратегия на туристическите агенции във връзка с проявленията на тенденциите в развитието на туризма.

Необходими предходни знания - Доброто усвояване на материята, предвидена в основните теми на настоящата учебна програма е обусловено от предходна подготовка по дисциплини, свързани с управлението, маркетинга, общата икономическа теория.

IV. СЪДЪРЖАНИЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

A. ЛЕКЦИИ

ТЕМИ

№	ТЕМА	Часа
1.	ОСОБЕНСТИ НА СТРАТЕГИЧЕСКОТО УПРАВЛЕНИЕ <i>Стратегията като системен подход към развитието на организацията. Стратегията като план, перспектива, принцип за поведение, позиция и прием. Стратегия, цели, политика, програми. Видове стратегии. Развитие на стратегическото мислене. Школи в стратегическото управление. Характеристика на предикативните школи в стратегическото управление. Дескриптивни школи в стратегическото управление.</i>	5
2.	СТРАТЕГИИ В ТУРИЗМА • <i>същност</i> • <i>приоритети</i> • <i>концепции и подходи</i> <i>Стратегии на сътрудничество, на сливане и поглъщане, на вертикална интеграция, на аутсорсинг. Стратегии на сътрудничество (стратегически альянси) – същност, видове.</i>	5

	<p><i>Стратегии на сливане и поглъщане - фази на осъществяване; основни условия за успех.</i></p> <p><i>Стратегии на вертикална интеграция - предимства и недостатъци.</i></p> <p><i>Стратегии на аутсорсинг – същност, видове аутсорсинг.</i></p>	
3.	<p>КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ И КОНКУРЕНТНИ СТРАТЕГИИ В ТУРИЗМА</p> <p><i>Дефиниране на конкурентоспособността</i></p> <p><i>Стратегии за конкуренция в епохата на глобализация. Различия между международна и глобална конкуренция.</i></p> <p><i>Основни стратегии за навлизане на международни пазари.</i></p> <p><i>Различия между многонационална и глобална стратегия.</i></p> <p><i>Формиране на конкурентно предимство чрез конкуриране в многонационален или глобален мащаб.</i></p> <p><i>Стратегически алианси и съвместни предприятия с чуждестранни партньори – предимства и рискове.</i></p> <p><i>Стратегии за конкурентна борба на местни фирми срещу глобални конкуренти.</i></p>	6
4.	<p>СТРАТЕГИЧЕСКА СЕГМЕНТАЦИЯ</p> <p><i>Стратегическа бизнес зона. Жизнен цикъл на търсене и технологии.</i></p> <p><i>Параметри за обособяване и определяне на перспективите пред стратегическите бизнес зони.</i></p> <p><i>Избор на позиция спрямо конкуренцията. Матрица на Бостънската консултантска група. Приложение на матрицата.</i></p> <p><i>Определяне на относителната привлекателност на стратегическите бизнес зони на фирмата.</i></p> <p><i>Определяне на бъдещия конкурентен статус на фирмата в дадена стратегическа бизнес зона.</i></p> <p><i>Матрица на “Дженерал Електрик – МакКинзи”. Приложение на матрицата.</i></p>	4
5.	<p>СЪЗДАВАНЕ НА ОРГАНИЗАЦИОННИ ПРЕДПОСТАВКИ ЗА РЕАЛИЗАЦИЯ НА ПРИЕТАТА СТРАТЕГИЯ</p> <p><i>Кадрово осигуряване на процеса на реализация на стратегията.</i></p> <p><i>Формиране и развитие на основните компетенции.</i></p> <p><i>Привеждане на организационната структура в съответствие с новоизбраната стратегия. Превръщане на стратегически значимите дейности от веригата на стойността в основни изграждащи блокове на организационната структура. Определяне на властовите пълномощия на подразделенията.</i></p> <p><i>Формиране на поддържащи стратегията политики и процедури.</i></p> <p><i>Въвеждане на най-добрите практики. Усъвършенстване на системите за възнаграждения. Стратегическо лидерство.</i></p> <p><i>Организационната култура като фактор за ефективната реализация на новоизбраната стратегия. Разкриване на необходимостта от промяна на организационната култура.</i></p> <p><i>Управление на стратегическите промени – работната рамка на Гуияр и Кели за трансформиране на организацията; работната рамка на Джон Котър за осъществяване на организационни промени.</i></p>	10
ОБЩО ЛЕКЦИИ		30

Б. ЛИТЕРАТУРА

I. ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Бъчваров, М., Тончев, Цв., “Основи на туризма”, издателство “Тилиа”, София, 1996 год.
2. Георгиева, Т., Стратегическо управление, Болкан Пъблишинг Къмпани, 2013
3. Гоцев, Ив., “Икономика и организация на туризма”, Издателска къща “Галактика”, София, 1991 год.
4. Кръстева-Ибришимова, В., “Организация на туристическото обслужване”, Бургас, 1994 год
5. Куртева, Г. Стратегии на бизнес организациите, Флат – Бургас, 2016
6. Милчева Г., Стратегическо управление, С., Авангард прима, 2011.
7. Рибов, М., “Конкуренция и конкурентноспособност на туристическия продукт”, Университетско издателство “Стопанство”, София, 1997 год.
8. Рибов, М., “Квалитология на туристическия продукт”, Университетско издателство “Стопанство”, София, 1999 год.
9. Рибов, М., “Квалитология на туристическия продукт”, Университетско издателство “Стопанство”, София, 1998 год.
10. Хаджиниколов, Хр., “Технология и организация на хотелиерството”, София, 1995 год.
11. Хорн Тери и Саймън Утън, Стратегическо мислене, Класика и стил, 2015
12. Nusraningrum, D. (2022). The Sustainability of Competitive Strategy in the Tourism Services Industry, *European Journal of Business and Management Research*, Vol 7 | World Tourism Organization. (2021). TOURISM 4 SDGS.
13. World Tourism Organization. (2021). TOURISM 4 SDGS. <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>.
14. Yuliantini, Tine. Kurniawan, Deden. Ramdani, Dadan. (2019). Analysis of Destination Image, Tourism Object, and Infrastructure Effect on Tourism Visiting Intention to Wamena (A Case Study of Tourism Development Planning in Wamena). *Journal of Marketing and Consumer Research*, 59, 37-46. DOI: 10.7176/JMCR. Issue 4, www.ejbmr.org, DOI: <http://dx.doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.4.1475>

II. ДОПЪЛНИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Kotler Ph., Marketing Management, Prentice-Hall, Inc. 1997
2. Mintzberg, Ahlstrand and Lampel, Strategy Safari, 1998.
3. Porter, M.E. (1979) How Competitive Forces Shape Strategy, Harvard business Review, March/April 1979.
5. Porter, M.E. (1980) Competitive Strategy, Free Press, New York, 1980.
6. Porter, M.E. (2008) The Five Competitive Forces That Shape Strategy, Harvard business Review, January 2008.
7. Rainer and Turban, Introduction to Information Systems second edition, Wiley, 2009, pp 36–41.

III. ЕЛЕКТРОННИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Dupeyras, A. and N. MacCallum (2013), “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
2. A Competitiveness Strategy for Sri Lanka’s Tourism Industry, https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADT761.pdf

IV. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОБУЧЕНИЕТО

1) ОРГАНИЗАЦИЯ НА АУДИТОРНАТА ЗАЕТОСТ

Лекциите по тази учебна дисциплина се провеждат по традиционния начин чрез запознаване на студентите с преподавания материал. Задължително в началото на всяка лекция се спазва правилото за кратка интродукция за осигуряване на преходност от една тема към друга. При представяне на нова тематика на студентите се осъществява разискване с тях, за да се постигне приемственост между лекциите и формулиране на заключения от тях с цел въвеждане в новия материал. Спазено е изискването лекциите да са схематично и таблично илюстрирани с необходими за целите на обучението примери.

Информационното и ресурсното осигуряване на лекциите се свежда още до видео материали, он-лайн ресурси, брошури, публикации, периодични издания, уеб страници и други.

2) ОРГАНИЗАЦИЯ НА ИЗВЪНАУДИТОРНАТА ЗАЕТОСТ

Извънаудиторната заетост се свежда до усвояване на лекционния материал и работа с литературата, черпене на информация от Интернет, проучвания във фирми, подготовка за тестове и контролни проверки на знанията с цел текущ контрол и системна подготовка по зададени теми. На студентите се възлага самостоятелно разработване на курсови работи по списък с примерни теми. Курсовите работи се защитават.

Голям процент от извънаудиторна заетост се предвижда и за подготовка и явяване на изпит по дисциплината.

Разработване на курсова работа

В процеса на обучение по дисциплината студентите разработват курсова работа. Целта е студентите да придобият практически умения за събиране, обработка и анализ на данни по конкретен практически въпрос на управлението на конкурентоспособността на предприятието и разработване на конкретни управленски решения. Курсовата работа предполага проучване на конкретен управленски проблем на управлението на конкурентоспособността на предприятие от всички отрасли на националното стопанство, разработване на стратегия за повишаване на конкурентоспособността, обобщаване на основните дейности, свързани с проучването и формулиране на изводи и препоръки.

V. ПРИМЕРНИ ТЕМИ ЗА РАЗРАБОТВАНЕ НА КУРСОВА РАБОТА (ОСНОВНИ НАПРАВЛЕНИЯ)

1. Позициониране на туристическото предприятие спрямо конкуренцията. Избор на позиция спрямо конкуренцията. Матрица на Бостънската консултанска група. Приложение на матрицата
2. Стратегии за фирми-лидери в туризма на примера на ...
3. Стратегии за фирми последователи в туризма на примера на ...
4. Стратегии за неконкурентоспособни фирми в кризисно състояние в туризма на примера на ...

Г. УКАЗАНИЯ ЗА РАЗРАБОТВАНЕ НА КУРСОВА РАБОТА

- ✓ Обем на разработката – минимум 15 стандартни печатни страници.
- ✓ Структура – съдържание, увод, изложение на проблема в две части – теоретическа и практическа, заключение (изводи), използвана литература, приложения.
- ✓ Курсовата работа трябва да бъде предадена напечатана не по-късно от 13-та седмица на семестъра.

V. ОЦЕНЯВАНЕ НА СТУДЕНТИТЕ

1) ОРГАНИЗАЦИЯ НА ОЦЕНЯВАНЕТО

Оценяването на студентите за постигнатите резултати в процеса на обучение е съобразено с изискванията на Наредба №21/30.09.2004 г. за прилагане на системата за натрупване и трансфер на кредити. Дисциплината е факултативна и носи 2 кредита. Семестриалната заверка се получава при спазване на условията на правилниците и вътрешните наредби на ЧВУ Колеж по туризъм и предаване на разработената курсова работа.

2) ОЦЕНЯВАНЕ ЗНАНИЯТА НА СТУДЕНТИТЕ

Дисциплината завършва с изпит. Приоритет в обучението има практическата и самостоятелната работа на студентите. Оценяват се знанията, уменията и компетентността на студентите. В курса на обучение по дисциплината се включва:

- провеждане на входящ текущ контрол чрез следните методи:

- ✓ Устна дискусия. изразяване на собствени аргументирани становища, касаещи третираната тема в семинарните занятия;
- ✓ Устно представяне и защита на тезите, заложиени в зададената писмена разработка;
- ✓ Проверка на усвоените знания чрез решаване на тестови контролни проверки върху преподадения материал;
- ✓ Умение за представяне и успешно защитаване на собствени идеи;
- ✓ Използване на творчески подход при решаването на казусите.

Критерии за оценяване:

- качество и задълбоченост на писмената разработка;
- умение за представяне и успешна защита на разработките и заложените в тях тези;
- демонстриране на знания, умения и компетентност;
- умение за самостоятелна работа при извънаудиторната заетост.

Система от критерии за оценка:

№ по ред	Оценявани дейности	Диференциране на дейностите	Максимален брой точки
1.	Участие в дискусии	по 1 точка за участие в обсъждания за всеки час.	15

2.	Разработване на курсова работа	По тематика в раздел Д	15
4.	Решаване на казуси	казуси 3 по 10 точки на един казус	30
5.	Контролни проверки	Провеждане на 1 контролна проверка с максимален брой точки на една проверка - 10	10
6.	Писмен изпит	Оценяване на постигнатите резултати от изпита.	30

Окончателна оценка: студентите получават оценка по шестобалната система при следните съответствия с точковата система:

При среден резултат от набрани точки по всички критерии по-малко от 50 точки	Слаб 2
При сумарен брой от 51-60 точки	Среден 3
При сумарен брой от 61-74 точки	Добър 4
При сумарен брой от 75-90 точки	Много добър 5
При сумарен брой от 90-100 точки	Отличен 6

Студентите се допускат до семестриален изпит при набрани минимум 50 точки от текущия контрол, в противен случай те представят допълнително самостоятелна разработка до набране на необходимия минимален брой.

Крайната оценка се оформя, съгласно приложената таблица по-горе в деня на изпита след писмено изпитване на студентите и в присъствието на асистента, провеждащ семинарните занятия.

Студентите, получили най-малко 51 точки (51 %) от контрола на знанията и уменията получават по 5 кредита, съгласно системата за натрупване и трансфер на кредити.

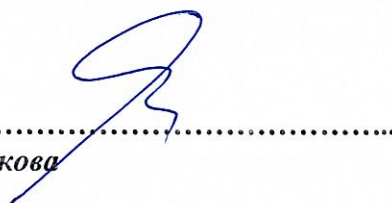
Всички контролни работи, тестове, материали от изпита се съхраняват в предвидения от правилника за образователната дейност срок от 1 г.

Студентите се информират за организацията на провеждане на обучението, за особеностите на предвидения текущ контрол и за системата за оценка на знанията още на първата лекция и семинарно упражнение.

ОРГАНИЗАЦИЯ НА ПОДГОТОВКАТА ЗА СЕМЕСТРИАЛЕН ИЗПИТ – изпитът се провежда по предварително подготвен конспект с конкретни въпроси.

Автор на програмата:

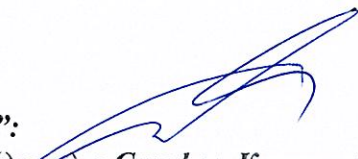
проф. д-р Мария Станкова



Статут: на втори трудов договор
Година на въвеждане на програмата: 2022

Приети изменения на учебната програма на катедрен съвет на катедра «Туризм»
- Протокол 04/08.06.2022 г.

Ръководител катедра «Туризм»:


(доц. д-р Стефан Кирилов)