

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА**  
**ЦЕНТЪР ЗА МАГИСТЪРСКО ОБУЧЕНИЕ**  
**КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА“**

---

**УТВЪРЖДАВАМ:**

**Ректор:**

(Проф. д-р Пл. Илиев)

**У Ч Е Б Н А П Р О Г Р А М А**

ПО ДИСЦИПЛИНАТА: „ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ“

ЗА СПЕЦ: "Международен туристически бизнес" - СПН, ОКС „магистър"

КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 5; СЕМЕСТЪР: 10

ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 150ч.; в т.ч. аудиторна 60 ч.

КРЕДИТИ: 5

**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.	Click here to enter text.	
• ЛЕКЦИИ	<b>30</b>	<b>2</b>
• УПРАЖНЕНИЯ (семинарни занятия/ лабораторни упражнения)	<b>30</b>	<b>2</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>90</b>	

Изготвили програмата: 1.....

Проф. д-р Светла Ракаджийска

2.....

Проф. д-р Стоян Маринов

.....

3. Гл. ас. д-р Тодор Дянков

Ръководител катедра: .....

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

## I. АНОТАЦИЯ

*“Туристически пазари” е базисна профилираща дисциплина за студентите от спец. “Туризм”, обучаващи се на бакалавърско равнище. Тя предоставя знания за характера на пазарните отношения в туризма, механизмите, които ги определят и ролята на субективния фактор за тяхното регулиране. Формира умения за разкриване на същността на пазарните процеси, пазарните връзки и поведението на пазарните участници. Осигурява компетенции по въпросите на ценообразуването на туристическите услуги, разкриване и използване на източниците на туристическа пазарна информация и за разработване на адекватни мероприятия на пазарната политика в туризма.*

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ	БРОЙ ЧАСОВЕ		
		Л	СЗ	ЛУ
	<b>ТЕМА 1. ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	
	Въведение. Понятиен апарат			
	Теории за пазара и туристическия пазар			
	Същност, определение и особености на туристическия пазар			
	<b>ТЕМА 2. ТУРИСТИЧЕСКО ТЪРСЕНЕ</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	
	Същност и определение на туристическото търсене			
	Особености на туристическото търсене			
	Фактори за формиране на туристическото търсене			
	Тенденции на развитие на туристическото търсене			
	<b>ТЕМА 3. ТУРИСТИЧЕСКО ПРЕДЛАГАНЕ</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	
	Същност и определение на туристическото предлагане			
	Особености на туристическото предлагане			
	Фактори за формиране на туристическото предлагане			
	Тенденции на развитие на туристическото предлагане			
	<b>ТЕМА 4. ЦЕНИ И ЦЕНООБРАЗУВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	
	Условия и предпоставки за формиране на цените в туризма			
	Механизми на ценообразуване в туризма			
	Видове цени в туризма			

	Тенденции в изменението на цените в туризма			
<b>ТЕМА 5. КОНЮНКТУРА НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	
	Същност и определение за конюнктура на туристическите пазари			
	Показатели за конюнктура на туристическите пазари			
	Предпоставки за развитие на конюнктура на туристическите пазари			
<b>ТЕМА 6. ВИДОВЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	
	Критерии за обособяване на туристическите пазари.			
	Класификация и видове.			
<b>ТЕМА 7. ИЗСЛЕДВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПАЗАРИ И ПАЗАРНА ПОЛИТИКА</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	
	Понятие за туристическа пазарна информация			
	Източници, принципи и етапи на изследване на туристическите пазари			
	Субекти и обекти на пазарната политика в туризма			
	Механизми на пазарната политика в туризма			
<b>ТЕМА 8. ОСНОВНИ ЕМИТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	
	Германия			
	Русия			
	Великобритания			
	Китай, Япония			
	САЩ, Канада			
<b>ТЕМА 9. ОСНОВНИ РЕЦЕПТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАРИ</b>		<b>2</b>	<b>4</b>	
	Испания			
	Франция			
	Италия			
	Гърция			
	Турция и Египет			
	Югоизточна Азия и района на Тихия океан			
	<b>Общо:</b>	<b>30</b>	<b>30</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 по предварително зададена тема	<b>1</b>	<b>20</b>
1.2.	Решаване на казус	<b>1</b>	<b>20</b>
1.3.	Литературен обзор	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>3</b>	<b>50</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Текуща оценка	<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>90</b>

### **IV. ЛИТЕРАТУРА**

#### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА (ОСНОВНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Ракаджийска, Св., С. Маринов, Т. Дянков. Туристически пазари. Наука и икономика – ИУ Варна, 2010
2. Ракаджийска, Св. Международният туристически пазар и България, като туристическа дестинация в периода на прехода към пазарна икономика. Наука и икономика – ИУ Варна, 2007
3. Ракаджийска, Св. и кол. Препозициониране на България, като туристическа дестинация. Наука и икономика – ИУ Варна, 2005

#### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА (ДОПЪЛНИТЕЛНА) ЛИТЕРАТУРА:**

1. Специализирани туристически продукти на България. Сб. Доклади, , ПТСВ, Славена, Варна, 2003.
2. Annals of Tourism Research, 1990-2011.
3. Tourism Management. London, 1990-2011.
4. Turizam, Zagreb, 2000-2011.
5. WTO, Concepts, Definitions and Classifications For Tourism Statistics. Madrid, 1995.