

**ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА**  
**ИЗБЕРЕТЕ ФАКУЛТЕТ:**  
**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: „ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА“**

**ЗА СПЕЦ: „Туризм“; ОКС „бакалавър“ – дистанционно обучение**

**КУРС НА ОБУЧЕНИЕ: 4; СЕМЕСТЪР: 7**

**ОБЩА СТУДЕНТСКА ЗАЕТОСТ: 180 ч.; в т.ч. аудиторна 12 ч.**

**КРЕДИТИ: 6**

**РАБОТЕН ЕЗИК: български**

**РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА СТУДЕНТСКАТА ЗАЕТОСТ СЪГЛАСНО УЧЕБНИЯ ПЛАН**

<i>ВИД УЧЕБНИ ЗАНЯТИЯ</i>	<i>ОБЩО (часове)</i>
АУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>12</b>
В т.ч.:	
• ЛЕКЦИИ	<b>6</b>
• УПРАЖНЕНИЯ	<b>6</b>
ИЗВЪНАУДИТОРНА ЗАЕТОСТ	<b>168</b>
В т.ч.:	
• КОНСУЛТАЦИИ	<b>5</b>
• САМОПОДГОТОВКА	<b>163</b>

**Изготвили програмата:**

1. ....  
(гл. ас. д-р Мария Велева)

2. ....  
(Проф. д-р Тая Дъбева)

**Ръководител катедра: проф. д-р Тая Дъбева**  
катедра „ИОТ“ (Име на рък. катедра)

## I. АНОТАЦИЯ

Учебната дисциплина „Грижа за клиента” има за цел да запознае студентите от специалност „Туризм” с основните теоретични и практически характеристики на това съвременно направление в сферата на услугите. дисциплината дава възможност на студентите да обединят познанията си по управление, маркетинг, социална психология и управление на човешки ресурси в туризма, с фокус върху клиента. Основните тематични единици подпомагат усвояването на знания за изграждане на грижа за вътрешните и външни клиенти, съставяне на програми за обучение с фокус върху клиента и постоянното му поддържане в туристическите организации.

Усвоените знания и умения по дисциплината имат широко приложение при работа с клиенти, разрешаване на конфликти, оплаквания и създаване на лоялни клиенти.

## II. ТЕМАТИЧНО СЪДЪРЖАНИЕ

No. по ред	НАИМЕНОВАНИЕ НА ТЕМИТЕ И ПОДТЕМИТЕ
	<b>Тема 1. СЪЩНОСТ И ЗНАЧЕНИЕ НА ГРИЖАТА ЗА КЛИЕНТА:</b> Съдържание на понятието „Грижа за клиента”. Необходимост от грижа за клиента в съвременните фирми, предоставящи услуги. Фокусът върху клиента и значението му за туристическите фирми.
	<b>ТЕМА 2. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ГРИЖАТА ЗА КЛИЕНТА В СФЕРАТА НА УСЛУГИТЕ:</b> Икономически и социални предпоставки за развитие. Пътят от маркетинга до грижата за клиента. Изучаване поведението на клиентите и отношението им към продуктите/услугите.
	<b>ТЕМА 3. МОДЕЛ НА КОНЦЕПЦИЯТА ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА:</b> елементи, същност.
	<b>ТЕМА 4. ИНТЕГРИРАНЕ НА КОНЦЕПЦИЯТА „ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА“ ВЪВ ФИРМЕНОТО УПРАВЛЕНИЕ В ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ:</b> етапи
	<b>ТЕМА 5. ИЗМЕРВАНЕ НА ИНТЕГРИРАНЕТО НА ГРИЖАТА ЗА КЛИЕНТА В УПРАВЛЕНИЕТО НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ:</b> показатели и критерии за измерване
	<b>ТЕМА 6. СЪЗДАВАНЕ НА ПРОГРАМА ЗА ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА:</b> Изготвяне на индивидуална организационна стратегия с фокус върху грижата за клиента. Специфични особености на програмата Грижа за клиента в туристическата фирма.
	<b>ТЕМА 7. ПОДДЪРЖАНЕ НА ПОСТОЯНЕН ФОКУС ВЪРХУ КЛИЕНТА:</b> Проблеми при поддържането на фокус върху клиента. Особености на постоянния мониторинг. Добри практики.

## II. МЕТОДИ НА ПОДГОТОВКА И ПРОВЕЖДАНЕ НА ОБУЧЕНИЕ<sup>1</sup>

- *Учебни ресурси:* мултимедийни презентации, URL, файлове, онлайн блог;
- *Учебни дейности:* разписание, избор на отговор, готова анкета, урок, форум, чат.

## IV. ФОРМИ НА КОНТРОЛ

№. по ред	ВИД И ФОРМА НА КОНТРОЛА	Брой	ИАЗ ч.
<b>1.</b>	<b>Семестриален (текущ) контрол</b>		
1.1.	Курсов проект	1	
<b>Общо за семестриален контрол:</b>		<b>1</b>	<b>0</b>
<b>2.</b>	<b>Сесиен (краен) контрол</b>		
2.1.	Изпит (присъствен тест)		
<b>Общо за сесиен контрол:</b>		<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Общо за всички форми на контрол:</b>		<b>1</b>	<b>0</b>

## IV. ЛИТЕРАТУРА

### **ЗАДЪЛЖИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Електронни учебни материали по дисциплината „Грижа за клиента“, качени в платформата за дистанционно обучение на ИУ – Варна.

### **ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА:**

1. Мария Велева, Теоретичен модел на концепцията „Грижа за клиента”, Годишник на ИУ-Варна, том 82, 2010г, стр. 328-362.

Cook, S., Customer Care Excellence: 6-th edition. Kogan Page, 2011.

2. Welsh, K., Who Killed Customer Care. PARTRIDGE, 2013.

3. Wellington, P., Effective Customer Care. Kogan Page, 2011.

---

<sup>1</sup> Методите за подготовка и провеждане на обучение се представят в съответствие с утвърдената Инstrukция за разработване на учебна програма за дисциплина в дистанционна форма на обучение на Икономически университет – Варна.