

**ИНИЦИАТИВА ЗА ОБРАЗОВАТЕЛЕН ОБМЕН ПО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ЗА  
УСТОЙЧИВИ ТУРИСТИЧЕСКИ МСП В РЕГИОН БАЛКАНИ И СРЕДИЗЕМНО МОРЕ**

Договор по субсидия No. BMR1/1.3/2616/2017

**Учебна програма за курс „Предприемачески умения за устойчиви  
предприятия в областта на гостоприемството“**

## I. Въведение

Този курс е разработен в рамките на проект **"Инициатива за образователен обмен по предприемачество за устойчиви туристически МСП в регион Балкани и Средиземно море (ХЕЛИКС)"** с подкрепата на *Програмата за транснационално сътрудничество „Балкани – Средиземно море“ 2014-2020*. Основнат цел на проекта е да подобри уменията за развитие на устойчив туристически бизнес и иновации (особено в МСП) чрез създаване на професионални общности за учене и практика, създаване на интердисциплинарни образователни програми и курсове, насочени към изграждане на специфични за сектора умения за подобряване ресурсната ефективност на бизнеса и въвежданото на свързани с това технологични и управленски иновации.

Съдържанието на курса е създадено от международен екип от експерти от Висше училище по мениджмънт, Факултет "Планиране и регионално развитие" към Университета в Тесалия (Гърция), Университет „Луиджи Гаракуки“ - Шкодра (Албания) и Асоциацията за кулинарни изкуства и гостоприемство.

## II. Общ преглед на курса

Устойчивостта изразена в оптимизирането на икономическите, екологичните и социалните ползи, се очерта като приоритетна област в развитието на туризма и гостоприемството в световен мащаб. В контекста на продължаващата икономическа криза и новите предизвикателства, държавните и обществени фондове и средства стават все по-недостатъчни, а инициативите, предприети от обществени или частни организации с нестопанска цел често са твърде неустойчиви и обслужват интересите на определени донори, в следствие на което постигат незначителен успех за адекватно решаване на наболели социални и екологични проблеми. Ето защо европейската и световна общественост се обръщат към бизнеса с очакване той да поеме по-голяма отговорност за социалното благосъстояние и екологичната устойчивост. Основното предизвикателство пред развитието на туризма в този

смисъл, се състои в балансиране на нуждите на туристите с тези на дестинациите и местното население. Нивото на усвояване на устойчиви бизнес практики и концепции е различно в различните страни и региони. Това ниво зависи както от общата култура на обществото, така и от осъзнаването от страна на предприемачите за икономическите ползи от устойчивото функциониране на бизнеса им.

Този курс ще запознае обучаващата се целева група (студенти, ученици, курсисти и пр.) с основните понятия, принципи и практики на устойчивостта, тяхното значение за туризма и гостоприемството и новите тенденции в развитието и бизнеса, които свързват устойчивостта с успеха на бизнеса. Все по-голямото значение, което се отдава на устойчивостта и отговорността в туризма и гостоприемството води до нарастваща нужда от професионалисти, които могат да транспонират теоретичните концепции за устойчивостта в практиката. В този смисъл курсът ще позволи на студентите да подобрят своите практически знания и умения свързани с устойчивостта, да избират и използват иновативни решения - както технологични, така и нетехнологични - с цел подобряване на устойчивостта и социалния ефект на предприятията в областта на гостоприемството на Балканския и Средиземноморски регион. Освен това променящият се характер на туризма и гостоприемството (както и преходът от масовия туризъм към нишов/специализиран туризъм) засяга образователния процес и уменията, които доставчиците на услуги в туризма трябва да развият. По този начин се очаква курсът да подпомогне преориентирането на фокуса на предприятията в областта на туризма и гостоприемството към постигане на социални и / или екологични цели, като същевременно те продължат да бъдат пазарно ориентирани бизнес единици.

Структурата и тематичната насоченост на учебната програма са разработени в съответствие с препоръките на Доклада за регионалните оценки на нуждите за насърчаване на устойчивостта на МСП в балканско-средиземноморския регион, разработен през 2018 г. Докладът разглежда взаимовръзката между прехода към устойчиво развитие и иновативния капацитет на МСП в областта на хотелиерството и ресторантьорството. Основните предизвикателства и възможности на сектора са свързани с активното участие в процеса на преход към устойчиво развитие, както и с пропуските в компетенциите и знанията на служителите в сектора, които възпрепятстват прилагането на технологични и управленски иновации, осигуряващи устойчив растеж.

Като цяло, курсът има за цел да допринесе в практически план към общите приоритети на ЕС за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж и по специално към цел 4.7: "Образование за устойчиво развитие и глобално гражданство" на Стратегическите цели на ЮНЕСКО за развитие на образованието до 2030 г.

"... за да се гарантира, че всички обучаващи се придобиват необходимите знания и умения за насърчаване на устойчивото развитие, включително чрез обучение за

устойчиво развитие и устойчив начин на живот, човешки права, равенство между половете, насърчаване на мира и разбирателството, глобалното гражданство, културното многообразие и приноса на културата към устойчивото развитие "<sup>1</sup>.

Учебният план е разделен на три модула (i) Устойчивост, (ii) Устойчивост на туристическите предприятия и (iii) Предприемачество. Модул "Устойчивост" запознава студентите с основните понятия, принципи и практики на устойчивото развитие и тяхното проявление на балканско-средиземноморския регион. Той разглежда стремежът на отделните предприятия за постигане на икономически растеж и потребление, като същевременно се съобразяват с екологичните рамки (т.е. "поемния капацитет" на ресурсите). Модулът "Устойчивост на туристическите предприятия" се съсредоточава по-специално върху аспектите на устойчивостта в туризма и гостоприемството по отношение на новите тенденции в развитието в обществото и икономиката като технологичните и социални промени, които се случват в световен мащаб, изчерпването на природните ресурси, стремежът за справедливо разпределение на икономическите блага, включително и към местното население в туристическите дестинации и отговорното използване на природните и социално-културни ресурси. Модул "Предприемачеството" предоставя основни познания в областта на малкия бизнес и предприемачеството. Студентите се запознават със значението и ролята на предприемачите като лидери и водачи за промяна, обсъждат се основни характеристики на успешните предприемачи, подходите за идентифициране на възможностите и развиването на предприемачески идеи и връзката между иновациите и предприемачеството.

Курсът има за цел още да покаже как бизнесът може да допринесе за преминаване към икономика, която е социално приобщаваща, справедлива и екологично устойчива и как участниците в него, като бъдещи бизнес лидери, могат да бъдат агенти на положителна промяна.

---

<sup>1</sup> <https://en.unesco.org/node/265600>

<b>Модул 1:</b>	<b>Устойчивост</b>	
	Тема 1. Въведение в устойчивостта и устойчивото развитие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение за устойчивост и мерки за постигане на устойчиво развитие</li> <li>2. Предизвикателства пред регион Балкани и Средиземно море</li> </ol>
	Тема 2. Устойчивост и икономическо развитие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Климатични промени, „зелени“ умения и „зелени“ технологии</li> <li>2. Устойчиво гостоприемство. Как отговорната дестинация прилага на практика принципите на устойчивостта. Поемен капацитет.</li> </ol>
<b>Модул 2:</b>	<b>Устойчивост в туризма (туристическите предприятия)</b>	
	Тема 3. Иновации за устойчивост в туризма	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разпространение на иновациите – етично туристическо поведение и ползи</li> <li>2. Иновации за устойчиво туристическо предприятие – технологични и нетехнологични иновации.</li> </ol>
	Тема 4. Устойчиви решения за МСП в сектора на гостоприемството	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Устойчиви решения за туристическите и хотелиерски МСП – управление на сгради и съоръжения, енергийна ефективност, ИТ решения</li> </ol>
	Тема 5. Икономика на преживяванията и нейното приложение в туризма.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Икономика на преживяванията – перспективи пред регион Балкани и Средиземно море</li> <li>2. Туризмът с фокус върху преживяванията и устойчиво развитие</li> </ol>
	Тема 6. Брандинг	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брандинг на дестинацията</li> <li>2. Управление на бранда</li> </ol>
	Тема 7. Социална устойчивост	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социална устойчивост</li> </ol>

Модул 3	Предприемачество	
	Тема 8. Въведение в предприемачеството	1. Въведение в предприемачеството. Дефиниране на предприемачество в туризма/гостоприемството
	Тема 9. Устойчивост и предприемачество	1. Социално предприемачество в туризма 2. Устойчиво и еко-предприемачество в туризма
	Тема 10. Планиране на процесите за постигане на устойчивост	1. Разработване на устойчиви продукти, услуги и преживявания
	Тема 11. Мултисекторалност	2. Мултисекторалност– интегриране на местни продукти и услуги в общо туристическо преживяване 3. Построяване на мрежи за подобряване на сътрудничеството и разработване на съвместни продукти – онлайн
	Тема 12. Устойчиво управление на предприятието (в сектора Гостоприемство)	1. Ценообразуване на база на приложени иновации. 2. Управление на бизнес процесите
	Тема 13. Социална устойчивост и корпоративна отговорност	1. Анализ на социалните въздействия и КСО 2. Практики и бизнес модели на устойчивите туристически предприятия



## II. Квалификационни характеристики на курса

### 1. ЕКР и национални квалификационни нива

Програмата на курса е разработена като обща програма за обучение, която може да бъде адаптирана за нуждите на висшето образование, професионалното обучение и като самостоятелен курс за обучение през целия живот. Има три основни причини за тази многофункционалност: първо, предприемачеството като предмет е включено в програмите за туризъм и хотелиерство в средното и висшето професионално образование; второ, много професионалисти в областта на туризма и гостоприемството нямат формално специализирано образование, свързано с туризма, а изграждат знанията си чрез самостоятелно обучение и практика; трето, продължаващите ПОО и УЦЖ курсове се търсят от предприемачи и работещи в областта, с цел придобиване на нови знания, необходими за адаптиране към променящия се характер на индустрията на гостоприемството.

Съответно курсът има три варианта за провеждане:

- като курс от бакалавърските програми на ниво висше образование, нива 5 и 6 на ЕКР

Общото натоварване на учебната програма в този случай е 120 часа, което отговаря на 4-6 ЕСТ кредита. Курсът е подходящ за професионална област Туризъм и свързаните с туризма специалности.

В зависимост от спецификата на националните квалификационни рамки, той може да бъде включен като извънкласен и / или избираем курс в специалности в областта на управлението и бизнеса.

- като курс за професионално образование и обучение в средното образование, ниво 3 на ЕКР

В професионалното образование натоварването се измерва само във вид на контактни часове. Учебният план в този случай обхваща 80 часа, които включват 50% от времето - теоретично обучение и 50% - практика. Имайки в предвид голямото разнообразие на системите за ПОО в Европа, модулите по учебната програма ще бъдат адаптирани към изискванията на националната квалификационна рамка на страните, в които се провежда курсът.

- като самостоятелен курс по УЖЦ , който включва всички или само някои модули от курса

Модулната структура позволява организирането на кратки неформални обучителни курсове за професионалисти и работещи, с фокус към която и да е тема, включена в общото съдържание на курса.

Позиционирането на курса в националните квалификационни рамки на балканско-средиземноморските страни предвижда различни начини за провеждане и възможности за осъществяване, които са определени по-долу:

### **(а) Албания**

Туризмът и гостоприемството са приоритетни ключови икономически сектори в Албания поради техния потенциал за създаване на заетост и постигане на икономически растеж. В тази връзка от голямо значение е качеството на предлаганото образование в областта на туризма. Налице е необходимост от целенасочени инвестиции в развитието на професионални кадри в сектора, които продължават да бъдат недостатъчни, въпреки големия брой хора, които работят и желаят да работят в туристически предприятия.

Средното и висше образование дава възможности за обучение и квалификация за различните професии в туризма. Четири държавни университета - Тиранския университет, Университетът Шкодра, Университетът във Влара и Университетът в Корча предлагат обучение по туризъм в отделни свои департаменти. В Албания 11 от 35 училища за професионално образование предлагат хотелски профил, включително Гимназията по туризъм и хотелиерство в Тирана. Тези училища обучават 2800 ученици<sup>2</sup>. Има обаче необходимост от доразвиване на обучението по туризъм, по-специално по отношение на: i) разработване на учебни планове с фокус към изследване на историята и традициите на Албания, опазване на природата и културата, в допълнение към традиционното обучение по хотелиерство и мениджмънт; (ii) повече възможности за професионална квалификация за младите хора и (iii) продължаващо обучение и преквалификация, тъй като много от възрастните, които в момента са в сектора или желаят да влязат в сектора, се нуждаят и желаят да подобрят своите умения или да придобият нови такива.

Освен това, тенденцията в Албания, както и в другите страни от балканско-средиземноморския регион е въвеждане на обучение по предприемачество във всички сектори на образованието, включително неформалното. Обучението по предприемачество в Албания се стреми да предостави на студентите знания, умения и мотивация за насърчване на предприемаческия дух в различни условия и обстоятелства. Предприемачество се предлага под различни форми на всички нива на образованието от началните или средните училища до университетски

---

<sup>2</sup>Република Албания, Министерство на туризма, културата, младежта и спорта, „Секторна стратегия по туризъм 2007-2013”

програми<sup>3</sup>. Предприемачеството в албанските университети се състои предимно от курсове по предприемачество и практически тренинг<sup>4</sup>.

Текущата реформа в областта на ПОО и висшето образование в Албания подкрепя създаването на нова педагогическа среда, която насърчава самостоятелното обучение. В същото време учебните програми, които са зависими до голяма степен от бизнеса, също представляват предизвикателство за преподавателите както в училищата за ПОО, така и във висшите образователни институции.<sup>5</sup>

Друг важен факт е, че албанското правителство и местните власти в цялата страна се фокусират върху устойчивостта при разработването на своите стратегии и планове за действие в областта на туризма. Трябва обаче да се отбележи, че този фокус не води непременно до конкретни действия и някои от основните цели и възможности произтичащи от устойчивото развитие на туризма не са приложени на практика. Необходимо е също така операторите от туристическата индустрия да бъдат мотивирани да подобрят знанията и практическите си умения по въпроса. Това изисква по-координирани усилия за консолидиране на образователния процес и за създаване на професионална кариерна рамка и структура, която включва и общи стандарти за обучение в сектора.<sup>6</sup>

В този контекст курсът "Предприемачески умения за устойчиви хотелиерски предприятия" може да допринесе за повишаване на качеството и съдържанието на предлаганото професионално образование за предприемачи, мениджъри и професионалисти в туристическия сектор в Албания, ако се предлага като:

- (i) редовен или избираем курс за бакалаври или магистри в специалност "Туризъм" или някоя от професионалните области, свързани с туризма и гостоприемството (например Икономика, География на туризма и т.н.)
- (ii) обучителен курс, предлаган от централните по ПОО (след като се адаптира формата и съдържанието), целящ да предостави допълнителни знания по основните теми, включени в програмата за обучение
- (iii) курс за УЦЖ за професионалисти, работещи и възрастни обучаващи се.

---

<sup>3</sup> Kume, A., Kume, V. and Shahini, B. (2013). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students In Albania. *European Scientific Journal*, 9(16), стр. 207.

<sup>4</sup> Kume, A., Kume, V. and Shahini, B. (2013). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students In Albania. *European Scientific Journal*, 9(16), стр. 208.

<sup>5</sup> Nikolovska, M. (2008). *Education And Business Study Albania*. ETF, стр.4.

<sup>6</sup> Ibid.



## (б) България

Професионално обучение по хотелиерството и туризъм в България се предлага както на средно, така и на висше образователно равнище.

Средното образование е предназначено за ученици на възраст над 15 години във формалната образователна система, както и за възрастни, които са заинтересовани да работят в сектора и се нуждаят от допълнителна квалификация и преквалификация в по-късни етапи от професионалното си и кариерно развитие. В първия случай обучението се предлага от така наречените професионални гимназии по туризъм. В допълнение, някои общи гимназии предлагат професионално обучение за определени класове студенти, които завършват със същия статут като завършилите професионалните гимназии. Във втория случай доставчиците на обучение са центровете за професионално образование и обучение, които действат след получаване на официален лиценз от Националната агенция за професионално образование и обучение.

Средното ПОО за професиите, свързани с туризма, е насочено към обучение на обслужващия персонал (ЕКР ниво 3) в две професионални области - (1) Хотелски и ресторантьорски мениджмънт и Кетъринг, и (2) Пътуване, туризъм и управление на свободното време. Интересът към първата област е много по-висок, като най-популярните професии сред учениците са "шеф/ готвач", "управител на ресторант" и "мениджър на хотел". Във втората област най-популярни професии са "туроператор" и "екскурзовод".

В България 110 средни училища (85 професионални и 25 средно образователни) предлагат обучение за различните професии в туризма<sup>7</sup>. Те се намират из територията на цялата страна и най-вече в градовете, които са близо до големите (масови) туристически дестинации (като Черноморското крайбрежие, Балкана, Рила, Пирин и Родопите) и / или които се намират в региони, които се опитват да се утвърдят като дестинации за специализиран туризъм<sup>8</sup>.

В допълнение, 462 лицензирани центрове за професионално образование и обучение също предлагат курсове по *Хотелиерство, ресторантьорство и кетъринг* и *Управление на туризма, пътуванията и свободното време* за възрастни обучаващи се в съответствие с държавните образователни изисквания<sup>9</sup>.

На ниво висше образование, обучението на студенти в професионалната област "3.9. Туризъм" се осъществява от 20 висши учебни заведения (включително 2 колежа),

<sup>7</sup> <https://www.mediapool.bg/v-turizma-ima-izlishak-na-spetsialisti-s-visshe-obrazovanie-news263000.html>.

<sup>8</sup> Sonia M. (2015). Tourism Education in Bulgaria: Competencies in Focus. *Journal of Science and Research*, January.

<sup>9</sup> Ibid.

акредитирани от Българската национална акредитационна агенция за висше образование. Освен това, други 22 ВУЗ-а (общо 54 в България) подготвят кадри в области свързани с туризма като Икономика; Администрация и управление; Социология, Антропология и култура; Публични комуникации и Информационни науки; История и археология; Биология; Науки за Земята. Многобройните висши учебни заведения, предлагащи туристически програми в България, са сравнително равномерно разпределени в цялата страна и във всички основни туристически региони. Това показва разнообразието на целия спектър от предлаганите специалности и / или свързаните с туризма направления от висшите училища в страната и разнообразния профил на завършващите студенти. Общият капацитет на трите вида акредитирани програми за професионални бакалавърски, бакалавърски и магистърски степени е над 9 000 студенти<sup>10</sup>.

От 2010 г. броят на хората със средно професионално образование и магистърски степени по туризъм и свързаните с тях професионални направления е почти равен, докато най-голям брой завършили в профилите, свързани с туризма, имат бакалавърска степен. Важно е да се отбележи, че обучението и образованието в областта на туризма са използвани като инструмент в много и различни програми, включително държавни и обществени инициативи, с цел стимулиране на заетостта<sup>11</sup>.

Признаването и валидирането на предишно обучение и опит на работното място, както и лесния преход между средното и висшето професионално образование са особено важни за професиите в областта на туризма и гостоприемството. Често учебните програми в професионалното и висшето образование обхващат сходни теми и съдържание и водят до придобиване на едни и същи компетенции, като не се зачитат знанията и уменията придобити от обучаващите се от техния предишен професионален опит. В същото време много хора са били наети в тази индустрия, без да са завършили съответното професионално образование или обучение и са се учили от практиката. Тези хора (както и техните работодатели) се нуждаят от нови, осъвременени форми на обучение, които да валидират уменията им и да им осигурят възможности за растеж в кариерата.

В същото време много изследователи и професионалисти осъзнават, че практическата ориентация на професионалното обучение за туризъм и гостоприемство изисква от една страна, значима редовна актуализация на съдържанието на учебната програма, а от друга - адаптиране към променящите се процеси в бизнеса както и използване на нови методи за обучение и нови форми на преподаване, като например обучение базирано на решаване на проблемни

<sup>10</sup> Vodenska, M, Mileva, S. and Popova, N. (2017). Tourism Higher Education in Bulgaria – Traditions and Innovations. *Development of Higher Schools in the Context of European Requirements for Quality of Education Services*, IBS, p.395.

<sup>11</sup> Ibid.

ситуации, включване на реални казуси, симулации, ангажиране на изявени професионалисти в областта като обучители и оценители и пр.<sup>12</sup>

Всички програми за обучение в туризма включват *Предприемачество* като предмет. Въпреки това устойчивостта и иновациите рядко се появяват в съдържанието, тъй като понастоящем те се считат за част от "техническите" професионални области. Професионалистите в секторите изграждат знания и осведоменост по тези въпроси, най-вече чрез посещаване на неформални обучителни курсове и / или самостоятелно обучение.

На този фон курсът "Предприемачески умения за устойчиви предприятия в сектора на гостоприемството и туризма" може да допринесе за повишаване на качеството и съдържанието на професионалното образование на предприемачи, мениджъри и служители в българския туристически сектор, ако се предлага като:

(i) редовен или избираем курс за бакалаври или магистри в специалност "Туризмъ" или някоя от професионалните области, свързани с туризма и гостоприемството (например Икономика, География на туризма и т.н.)

(ii) курс за извънкласна подготовка, предлаган от доставчиците на ПОО, насочен към разширяване на знанията на обучаемите по темите "Предприемачество", "Екология в туризма" (при адаптиране и акредитация в учебните планове); съдържанието на обучението може да се използва за подобряване на съществуващото съдържание на темите "Предприемачество", "Екология в туризма", "Специализиран туризмъ" и други

(iii) курс в рамките на УПЖ за професионалисти и възрастни

#### **(в) Гърция**

Туризмът е основна професионална област в средното и висшето образование в Гърция. Средното образование се предлага от техническите професионални гимназии, които имат за цел да подготвят учениците за кариера в туризма<sup>13</sup>. Поради професионалното ориентиране на обучението по туризмъ, висшите технологични образователни институти предлагат програми за управление на туризма и гостоприемството насочени към изграждане на умения и компетенции (за разлика от университетите, които се фокусират повече върху научни изследвания и теоретични постановки). Доскоро имаше седем такива института, разположени в

<sup>12</sup>Vodenska, M, Mileva, S. and Popova, N. (2017).Tourism Higher Education in Bulgaria – Traditions and Innovations.Development of Higher Schools in the Context of European Requirements for Quality of Education Services, IBS,p.398.

<sup>13</sup> Valachis, I. (2005).Tourism Education and Training in Greece.Tourism and Hospitality Management, 11(2), pp. 121-134.

Атина, Солун, Патра, Игуменица, Амфис, Лариса и Хераклио. Неотдавнашната реформа в гръцкото образование обаче, доведе или до премахването на техните туристически департамента, или до сливане с други такива, или до временно разрешение за удължаване на съществуването им до завършване на последния настоящ випуск студенти. В резултат на това, туризмът вече се предлага като специализация в определена област а не като пълноправна специалност<sup>14</sup>.

В сътрудничество с техническите учебни заведения два учебни центъра за допълнителна квалификация (ASTP), които работят в рамките на Министерството на развитието - Националната организация по туризъм в Агиос Николаос на остров Крит и един в Родос предлагат възможности за дипломиране в областта на Хотелиерството и Туризма<sup>15</sup>.

Освен центровете за допълнителна квалификация (ASTP), съществуват училища по туризъм, които също са под контрола на Министерството на развитието, като осигуряват професионално образование и обучение за хотелиерството, ресторантьорството и туризъм. Училищата по туризъм (STE) предлагат различни квалификационни степени като Хотелски мениджмънт, Екскурзоводство, Туроператорска и агентска дейност, Анимация, Кетъринг и Сладкарство. В допълнение, тези училища предлагат образователни и обучителни курсове за неквалифицирани работещи<sup>16</sup>. Има и редица частни и обществени центрове за професионално обучение, които предлагат курсове по гостоприемство и управление на туризма (ИЕК), но статутът на завършилите не е равен на тези, придобили квалификация чрез училищата по туризъм<sup>17</sup>.

Не на последно място, два университета – Егейският университет и университета в Патра - предлагат модули по управление на туризма (но не и степени по „Туризм“) в специалностите си по бизнес администрация. Отделно, три университета създадени през последните шестнадесет години, предлагат следдипломни програми по туризъм за магистърски или докторски степени<sup>18</sup>.

Някои от основните забележки към образованието по туризъм в Гърция визират слабата връзка между бизнеса и индустрията и факта, че много професионални курсове са създадени без да имат отношение към реалния бизнес (Valachis, 2005)<sup>19</sup>. Друг съществен проблем е, че учебните планове на училищата по хотелиерство в Гърция са фокусирани върху нуждите на местния пазар, а не върху подготовка на

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Ibid., p.126

<sup>16</sup> Ibid., p.126

<sup>17</sup> Ibid., p.126

<sup>18</sup> Stergiou, Dimitrio & Airey, David, "Tourism education and industry expectations in Greece: (re)minding the gap", *Handbook of Teaching and Learning in Tourism*, edited by Pierre Benckendorff and Anita Zehrer, Edwar Eglar Publishing, (2017), pp. 3-16

<sup>19</sup> Valachis, Ioannis, *Tourism Education and Training in Greece*, Tourism and Hospitality Management, Vol. 11, No. 2 (2005), pp. 121-134



професионални кадри с възможности за международна кариера<sup>20</sup>. В допълнение, предизвикателство представлява и остарялото съдържание на учебните дисциплини по специалността (Stergiou and Airey, 2017).

Ето защо курсът "Предприемачески умения за устойчиви предприятия в сферата на гостоприемството и туризма" може да се използва в Гърция на ниво професионално образование, ако се предлага като:

(i) избираем курс за бакалаври със специалност "Туризъм"; съдържанието на обучението може да се използва за актуализиране на съществуващите акредитирани специализирани модули за Управление на туризма и гостоприемството, предлагани от техническите образователни институти и университетите

(ii) курс за извънкласни обучения, предлаган от доставчиците на ПОО (при адаптиране и акредитация в учебните планове)

(iii) курс в рамките на УЦЖ за професионалисти и възрастни

### **(г) Бивша югославска република Македония**

Туристическото образование в Бивша югославска република Македония се предлага предимно на средно професионално ниво<sup>21</sup>. Въпреки това, мнозинството от работещите нямат специализирано образование и квалификация. Професионалните училища подготвят кадри в областта на хотелиерството и ресторантьорството, сервитьори, готвачи и сладкари.

Програмите комбинират курсове, свързани с туризма, общи курсове, практическо обучение и избираеми модули. Въпреки това, работодателите като цяло не са доволни от уменията на служителите в сектора на гостоприемството и туризма, по-точно от техният практически тренинг, социални умения и ниво на владеене на чужди езици.

Същевременно се увеличава предлагането на възможности за обучение по туризъм в университетите. Освен традиционните, се появили нови програми като *Туризъм и бизнес логистика* или *Бизнес логистика, гастрономия и хранене*. Трудно е обаче да се оцени реалното търсене на завършили туристически кадри от страна на бизнеса в БЮРМ<sup>22</sup>. Основният проблем тук е липсата на система за прогнозиране на търсените умения, както и данни за оценка на съществуващите пропуски в квалификацията на работещите в системата на туризма.

---

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Mojsoska-Blazevski, N. and Kostadinov, A. (2002). *Promoting Economic Diversity in Macedonia: The Role of Skills in the Tourism Sector*.

<sup>22</sup> Ibid.

На ниво висше образование, пет университета - четири държавни и един частен – разработват и предлагат програми по туризъм, хотелиерство и кулинария. Специалност „Туризъм“ има във всички пет институции, Хотелските и ресторантьорски мениджмънт, кулинария, хранене и диетология се предлагат от две от учебните заведения, а Спорт и туризъм се предлага в един от университетите. Като правило всички тези програми имат за цел да изградят ценности и практически нагласи сред студентите за насърчаване на развитието на туризма като важна икономическа дейност, която може да бъде успешна и печеливша възможност за кариерни развитие. Въпреки това, остава необходимостта за по-професионална и практическа ориентация на учебните програми в отговор на изискванията на бизнеса<sup>23</sup>.

Както и в другите страни, има различни начини, чрез които курсът "Предприемачески умения за устойчиви хотелиерски предприятия" може да допринесе за подобряване на предлагането на професионално образование в БЮРМ като:

- (i) редовен или избираем курс за бакалаври или магистри в специалност "Туризъм"
- (ii) курс за извънкласна подготовка, предлаган от доставчиците на ПОО, насочен към актуализиране на знанията на обучаваните за новости и тенденции в туристическия бизнес (при адаптиране и акредитация в учебните планове); съдържанието на обучението може да се използва за подобряване на съществуващото съдържание на учебните предмети "Предприемачество", "Алтернативен туризъм" и др.
- (iii) курс за УЦЖ за професионалисти в туризма и възрастни.

#### *1. Форми на провеждане и предназначение на курса*

Като се има предвид националният контекст на балканско-средиземноморските страни, формите за провеждане на курса "Предприемачески умения за устойчиви туристически предприятия" са три както за формалното така и за неформално образование:

---

<sup>23</sup>Taskov, N. and Metodijeski, D. (2010). *Higher Education in Tourism, Hospitality, and Gastronomy: an Answer to the Need for Professional Staff in This Area in the Republic of Macedonia*. EDUTOUR. Conference: Educating Tourism Employees - a New Concept of Transferring Academic Skills toward Tourist Branch.

- а) като курс в рамките на висшето образование за бакалавърски и / или магистърски програми на обучението по "Туризъм", и по-специално: "Хотелски и ресторантьорски мениджмънт". Учебната програма може да бъде интегрирана в други програми, популярни за бъдещите служителите в областта на туризма и хотелиерството като "География", "Бизнес администрация", "Бизнес логистика", "Кулинария и хранене" и др. Курсът може да има статут на избираем или основен предмет в зависимост от профила на висшето учебно заведение, неговата акредитационна политика и от националните политики по стандартизация и осигуряване на качеството на програмите за висшето образование
- б) курс за извънкласни обучения, предлаган от доставчиците на ПОО, насочен към разширяване и актуализиране на знанията на курсистите за най-новите тенденции в развитието на туристическия бизнес (при адаптиране и акредитация в учебните планове)

Обичайно възможностите на ПОО за въвеждане на нови теми са много ограничени. В балканско-средиземноморските страни това ниво на образование обикновено се регулира централно чрез държавните образователни стандарти и уеднаквени програми за обучение. Въпреки това, съдържанието на специалните предмети може да бъде подоброено посредством съдържанието на курса "Предприемачески умения за устойчиви предприятия в сферата на гостоприемството и туризма".

В някои от страните, например България, се предприемат целенасочени инициативи за модернизирание на средното образование от Министерството на образованието и тук курсът може да бъде използван изцяло въз основа на това, че предлага нови, актуални теми в обучението по туризъм.

- а) курс "Учене през целия живот" за професионалисти и възрастни

УЦЖ е концепция, която е търсена и ценена от бизнеса и професионалистите в областта на туризма и гостоприемството. Съответно, много учебни заведения и формални образователни институции предлагат обучения за фирми и участват в инициативи за повишаване на квалификацията на служителите.

#### *1. Обем на работа*

Общият хорариум на курса "Предприемачески умения за устойчиви предприятия в сферата на гостоприемството и туризма" зависи от начина на провеждането му.

На ниво висше образование (както и според основният формат на учебната програма), общото натоварване на курса е 120 академични часа, от които 39 часа са контактни часове, 78 часа – самостоятелна извънкласна дейност и 3 часа изпити. Подробното описание на разпределението на хорариума на модулите и темите курса е както следва:

No	Модул/Тема	№ часове		
		Занятия в клас	Интерактивни (онлайн),/ самостоятелно учене, вкл. курсови работи, видео-домашни/игри, казуси, използване на доп. литература.	Оценяване
<b>M1</b>	<b>Устойчивост</b>			
	T1: Въведение в устойчивостта и устойчиво развитие	3	6	
	T2. Устойчивост и икономическо развитие	3	6	
				1 (за целия модул)
<b>M2</b>	<b>Устойчивост в туризма</b>			
	T3. Иновации за устойчивост в туризма	3	6	
	T4. Устойчиви решения за МПС в сектора на гостоприемството	3	6	
	T5. Икономика на преживяванията и нейното приложение в туризма.	3	6	
	T6. Брандинг	3	6	
	T7. Социална устойчивост	3	6	
				1 (за целия модул)
<b>M3</b>	<b>Предприемачество</b>			
	T8. Въведение в предприемачеството	3	6	



	Т9. Устойчивост и предприемачество	3	6	
	Т10. Планиране на процесите за постигане на устойчивост	3	6	
	Т11. Мултисекторен анализ	3	6	
	Т12. Устойчиво управление на предприятието (в сектора Гостоприемство)	3	6	
	Т13. Социална устойчивост и Корпоративна отговорност	3	6	
				1 (за целия модул)
	<b>Общ брой часове</b>	<b>39</b>	<b>78</b>	<b>3</b>

На професионално-техническо ниво продължителността на курса може да бъде намалена до 80 часа, разделена по равно на 40 часа теория и 40 часа практика, включително и изпит. В този случай, темите, които са по-теоретични и концептуални, като Т1, Т2 и Т8 могат да бъдат ограничени за сметка на темите с по-практично значение като Т3, Т4, Т5, Т6 и др.

Примерна структура на ПОО курс:

No	Модул/Тема	№ часове	
		Теория	Практика
M1	<b>Устойчивост</b>		
	Т1. Въведение в устойчивостта и устойчиво развитие	3	3
	Т2. Устойчивост и икономическо развитие	3	3
M2	<b>Устойчивост в туризма</b>		
	Т3. Иновации за устойчивост в туризма	3	3
	Т4. Устойчиви решения за хотелиерските МПС	3	3

	Т5. Икономика на преживяванията и нейното приложение в туризма.	3	3
	Т6. Брандинг	3	3
	Т7. Социална устойчивост	3	3
МЗ	<b>Предприемачество</b>		
	Т8. Въведение в предприемачеството	3	3
	Т9. Устойчивост и предприемачество	3	3
	Т10. Планиране на процесите за постигане на устойчивост	3	3
	Т11. Мултисекторен анализ	3	6
	Т12. Устойчиво управление на предприятието (в сектора Гостоприемство)	3	3
	Т13. Социална устойчивост и Корпоративна отговорност	3	3
	<i>Изпит (теория и практика) за целия курс</i>	1	1
	<b>Общ брой часове</b>	<b>40</b>	<b>40</b>

Неформалното обучение осигурява по-голяма гъвкавост по отношение на организацията на курса: i) 5-дневно обучение може да бъде организирано като контактни, работни сесии в клас; (ii) три краткосрочни обучителни сесии, базирани на трите модула на учебната програма. Други комбинации от темите са също възможни. Тези обучения могат да се предлагат от всички учебни заведения, институции и доставчици на образователни услуги.

*1. Приложимост към класификацията на Европейските умения, компетенции, квалификации и професии (ESCO)*

Учебната програма "Предприемачески умения за устойчиви предприятия в сферата на гостоприемството и туризма" има за цел да допринесе за изграждането на знания, умения и компетенции за три категории професии, които са най-важни за гостоприемството и туризма, както е определено в многоезичната класификация на

европейските умения, квалификации и професии - ESCO, иницирана от Европейската комисия през 2013 г. Тези три категории професии са, както следва:

- *Категория 1: Мениджъри / Под-група 14: Мениджъри в хотелиерството, търговията и услугите*

"Мениджърите в хотелиерството, търговията и услугите планират, организират и ръководят дейността на обекти, които предоставят услуги по настаняване, изхранване, търговия и други. Качественото обслужване в повечето професии в тази под-група изискват умения на третото равнище според ISCO (Международна стандартна класификация на професиите)" <sup>24</sup>.

"Задачите, изпълнявани от служителите в тази под-група, обикновено включват: планиране и организиране на специални събития, спортни, игри и развлекателни дейности, осигуряване на разнообразие от продукти, складови наличности, стандарти за обслужване, маркетинг и продажба на стоки и услуги, съблюдаване на алкохолни, хазартни, здравни и други законови разпоредби; разработване и анализ на политики, програми и процедури, свързани с връзки с клиента и качеството на предлаганите стоки и услуги; промоциране на конферентните зали, конгресните площи и търговски изложения на потенциални клиенти; организиране на покупката и поддръжката на транспортни средства, оборудване и горива и транспортиране на стоки, подбор, обучението и управление на персонала, осигуряване на спазването на нормите за безопасност и здраве.

Професиите в тази подгрупа са класифицирани в следните категории:

- 141 Мениджъри на хотели и ресторанти
- 142 Мениджъри на търговията на дребно и едро
- 143 Мениджъри на допълнителни услуги "<sup>25</sup>.

Важно е да се има в предвид, че под-група 14: Мениджъри в хотелиерството, търговията на дребно и допълнителните услуги се отнася до мениджърите на предприятия, които предоставят услуги директно на потребителите, обикновено в организации, които са твърде малки, за да имат сложни йерархични нива на управление. (Тези, мениджъри, които работят в големи организации се класифицират в под-групи 12: Административни и търговски мениджъри и 13: Мениджъри по производство и специализирани услуги) <sup>26</sup>.

"Операторите на малки магазини, къщи за гости, кафенета, ресторанти и барове, за които управлението и надзорът на персонала не са важен елемент от тяхната

<sup>24</sup> <https://ec.europa.eu/esco/portal/occupation>

<sup>25</sup> Ibid.

<sup>26</sup> Ibid.

работа, се класифицират в съответната категория в под-групи 51: Доставчици на персонални услуги или 52: Продавачи в зависимост от основната им дейност”<sup>27</sup>.

- Категория 2: Технически и помощен персонал / Под-категория 34: Правни, социални, културни и свързани с тях специалисти / Под-категория: 343 Артистични, културни и кулинарни специалисти / професия 3434: Готвачи

“Техническият и помощен персонал изпълнява технически и други подобни задачи, свързани с изследване и прилагане на научни или художествени концепции и методи на производство и обслужване съобразени с държавните или браншовите изисквания и стандарти. Постигането на добри резултати в повечето професии в тази основна група изисква умения от третото ниво според ISCO.

Артистичните, културните и кулинарните специалисти съчетават творчески умения и технически и културни познания в ... създаване на менюта, подготовка и представяне на ястия.

Обичайните задачи обикновено включват: планиране на менюта и надзор на приготвянето на ястия.<sup>28</sup>”

- Категория 5: Служители по обслужване и продажби / Под-категория 51: Доставчици на персонални услуги

“Лицата, които извършват персонални услуги, предлагат лични услуги, свързани с пътуване, почистване и поддръжка на домакинството, кетъринг и гостоприемство, фризьорски и козметични услуги, грижи и обучение на животни, придружителски и други услуги от личен характер. Доброто представяне в тази групи професии изисква умения от второто ниво според класификацията на уменията на ISCO.

Задачите, изпълнявани от работниците в тази подгрупа, обикновено включват: организиране и предоставяне на услуги във връзка с пътуване и разглеждане на забележителности; помощ при поддържане на домакинството, подготовка и сервиране на храни и напитки; фризьорски и козметични услуги; астрология, балсамиране и организиране на погребения; поддържане, грижи и обучение на животни; шофьорски курсове; придружителски и други услуги от личен характер. Тук може да се включи и мониторинг и надзор върху работата на други служители. Професиите в тази подгрупа са класифицирани в следните категории:

511. Екскурзоводи, стюарди, кондуктори

512 Готвачи

513 Сервитьори и бармани

---

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> Ibid.



- 514 Фризьори, козметици и други служители на подобна длъжност
- 515 Строителни надзорници и икономисти
- 516 Други доставчици на персонални услуги”<sup>29</sup>

Според ESCO съответните умения, компетенции и знания на мениджърите и / или специалистите (професионалистите) в туризма, свързани с устойчивостта и иновациите, се отнасят най-малко до способностите им свързани с:

За мениджърите:

- Корпоративна социална отговорност
- Насърчаване на устойчивостта
- Насърчаване на екологичното съзнание
- Управление на преживяванията на госта
- Актуализиране на иновациите в различни бизнес области
- Прилагане на иновативни решения и подходи в работата
- Идентифициране на доставчиците
- Творчески подход към храните и напитките
- Ръководене на екип за предоставяне на услуги по гостоприемство

За специалисти:

- Предоставяне на консултации свързани с опазване на околната среда
- Демонстриране на между културни компетенции при обслужване на гости в сферата на гостоприемството
- Провеждане на образователни дейности
- Осигуряване на иновативни хотелиерски продукти и услуги
- Творчески подход към храната и напитките
- Съблюдаване на етичния кодекс за поведение
- Генериране и анализ на нови идеи

## II. Очаквани резултати от обучението

Крайната цел на учебната програма на курс "Предприемачески умения за устойчиви туристически предприятия" е да съдейства за адаптиране на професионалното образование в областта на гостоприемството (на средно и висше образователно равнище, както и в рамките на ученето за цял живот) към нуждите от иновации и развитие по отношение на устойчивостта на Балканско-средиземноморския регион. В съответствие с това курсът има за цел да подобри следните аспекти на знанията, уменията и компетенциите на обучаващите се в модулите на курса:

---

<sup>29</sup> Ibid.

### *1. Знания*

- Запознаване с предизвикателствата, пред които са изправени обществата днес, и за потенциала на бизнеса в областта на гостоприемството да допринесе за облекчаване на социалните проблеми чрез създаване на споделена стойност
- Разбиране на взаимозависимостта и сложната връзка между икономическите / пазарните фактори и социалното въздействие
- Запознаване с основни практики и еволюция на предприемачеството в туризма и гостоприемството
- По-добро разбиране на тенденциите в развитието на туризма и гостоприемството
- Информираност по въпросите за възникването, еволюцията и въздействията на социалното предприемачество в туризма и гостоприемството
- Запознаване с технологични и нетехнологични иновации, които подобряват устойчивостта на тези сектори
- Разбиране на сложните взаимоотношения между реализиране на печалба и социално въздействие
- Способност за изследване, идентифициране и анализ на най-успешни практики от казуси и примери за устойчиво гостоприемство с цел тяхното прилагане в бизнес или друга професионална дейност или при разработване на политики и стратегии за развитие
- Анализ на значението на регионалната и национална бизнес среда, различните пазарни и икономически системи, както и на потребителите и другите ключови заинтересовани лица за протичането и успеха на инициативите в областта на корпоративната социална отговорност

### *2. Умения*

- Предприемачество
- Прилагане на стратегическо мислене
- Търсене и прилагане на иновации
- Изграждане на мрежи
- Намиране на решения на проблеми

### *3. Професионални компетенции*

- Прилагане на стратегическо планиране
- Прилагане на маркетингови стратегии
- Прилагане на стратегии за продажби
- Обслужване на клиенти
- Управление на персонала
- Управление на услуги и бюджетиране

### III. Методологични насоки

Този курс има за цел да осигури основополагащи познания. Той би бил особено полезен за студенти и обучаеми с малък или незначителен опит в областта на устойчивото развитие и неговото значение за управлението на бизнеса в туризма и гостоприемството. Въпреки това, студентите и обучаващите се с по-значителни познания по двете основни теми могат да се възползват от курса, като разширят обхвата и задълбочат знанията си, както и като доразвият своите професионални умения и компетенции. За втората категория потребители допълнителните учебни дейности и литература са особено ценни.

Като такъв курсът е подходящ за студенти или професионалисти, желаещи да използват конкурентно предимство, което дава устойчивостта в туризма и гостоприемството; за преподаватели във вторични и третични ПОО и ППОО в областта на туризма и свързаните с гостоприемството предмети; за фирмени обучители; за настоящи и бъдещи мениджъри и служители във фирми в сектора на гостоприемството - като основно въведение; за държавните служители и свързаните с образованието ръководители, които участват в стратегическото планиране на ПОО в професионалната сфера на туризма в балканско-средиземноморските страни.

Задачата на учебната програма е да се подчертае връзката между икономическите, екологичните и социалните аспекти на гостоприемството, перспективите за превръщане на устойчивостта в конкурентно предимство за бизнеса, възможностите, които предлагат социалното предприемачество и икономиката на преживяванията, подходящите технологични и нетехнологични решения които гарантират както устойчивостта, така и жизнеспособността на бизнеса. Курсът се основава на интердисциплинарен подход, като се избягва специализираната техническа терминология.

Очаква се студентите да осъзнаят предизвикателства и проблеми като:

- Устойчивостта изисква вземането на трудни решения между цели, които често са разнопосочни, необходимо е намиране на компромис между различните заинтересовани страни и често е свързана с промяна и търсене на нови подходи и решения т.е. разчупване на предишните модели на развитие
- Устойчивото развитие винаги изисква задълбочени познания за начина, по който природата функционира и как решенията, взети в икономическата и социалната сфера, засягат и променят естествената среда
- За да бъде наистина устойчив, бизнесът трябва да съзнава общественото благо, както и предизвикателствата, пред които са изправени обществата и икономиките на местно, национално и регионално равнище

- Работата по устойчивостта изисква разбиране за това, което технологиите и технологичните промени могат и не могат да постигнат
- Обучението на професионалисти и предприемачи относно устойчивостта и устойчивото използване на ресурсите в гостоприемството трябва да се осъществи по прагматичен начин с изследване на реални примери за успешни бизнес практики

### *Неформално обучение*

Курсовете предназначени за фирмено обучение трябва да бъдат съобразени с изискванията и нуждите на конкретната фирма. Тази учебна програма е само общо ръководство за организиране на обучение по основни въпроси и концепции. Инструкторите трябва да разработят курса си в съответствие със спецификациите, предоставени от компанията или въз основа на предварителни дискусии със съответните отговорни лица. Трябва да се включат конкретни теми, които са важни за сектора или професионалния фокус на фирмата, обичайно в равностойно съотношение с предоставянето на знания по основополагащи теми от областта на социалното предприемачество или социалните инвестиции. Дискусиите, както и използваните примери и казуси, трябва да бъдат насочени към дейността на компанията или към практиката в туризма и гостоприемството.

#### *1. Инструкции, задължителна литература и участие в час*

Обучението трябва да е в съответствие със съществуващата практика на учебното заведение, което провежда курса. Потребителите обаче трябва да имат в предвид, че тази учебна програма е разработена с фокус върху семинарните занятия, т.е. лекциите се свеждат до минимум и занятията трябва да се основават на дискусии и представяне на казуси и примери.

Очаква се студентите да са прочели изискуемата литература предварително.

Целта на учебните часове е да се насърчи дебатът по засегнатите теми, както и да се осъществи обмен на мнения и допълнителна информация. Допълнителни източници и литература се предоставят на по-напредналите студенти / обучаеми, за справка, или за студентите, които изследват темата в дълбочина, например при разработването на техните дипломни проекти. Очаква се студентите да се подготвят предварително, за да участват активно и ползотворно в дискусиите в клас и в груповите задачи и упражнения. Насърчава се участието на гостуващи преподаватели, които са специалисти в обсъжданата област - напр. представители на властта, които участват в разработването на стратегии за туризма, опитни преподаватели, предприемачи, фирмени ментори и др. Използването на безплатни и достъпни онлайн ресурси за обучение (образователни игри, казуси и видеоклипове), както и менторството между учащите може допълнително да допринесе за качеството на обучението.



Препоръчва се всеки клас да включва 10-15 минути групово задание, в което студентите / обучаемите получават задачи, свързани с темите на деня - напр. всяка група представя своята позиция в дебата, един пример / казус или обобщава един въпрос. Груповите задачи трябва да могат да бъдат решени ползвайки материали от задължителната литература за четене, но трябва да включват и елементи на творчество или полемика, или да се стремят към подобряване на презентационните умения. Препоръчва се груповите задачи да включват решаване на проблем, който е с интердисциплинарен характер (изисква включване на различни области). Качеството на участието на студентите или обучаемите в груповите задачи трябва да има допълнителна тежест при формиране на крайната оценка.

Важно уточнение за изискуемата литература: задължителната литература трябва да се разглеждат като предварително предложена и избрана. Ако се сметне, че обемът ѝ е прекалено голям, инструкторите имат избор да дадат само част от различни източници или само отделни глави (статии) от предложените за задължителни.

### *1. Предварителни изисквания*

Курсът е предназначен за студенти и обучаващи се в професионалното направление "Туризм" и свързаните с туризма области на висшето образование - както е посочено в Раздел I. Структурата на учебната програма е различна в зависимост от образователното равнище, на което се предлага тя.

### *2. Задания и оценяване*

Следните примери за варианти за оценка са представени като списък с възможности за избор, т.е. всеки инструктор може да разработи собствен план за оценяване въз основа на образователния контекст и целите на курса, когато се предлага в реална образователна среда.

#### ***а) Модул и изпити***

Изпитите могат да се организират или след завършването на всеки модул от курса, или в края на целия курс. В първия случай продължителността на такъв изпит може да бъде максимум 1 час, докато продължителността на крайният изпит може да бъде 3 часа. Препоръчва се изпитите да се състоят както от въпроси с варианти за избор, така и от отворени въпроси. Изпитът, базиран на казус, би могъл да бъде предпочитаният вариант за напреднали студенти или при обучение със силен практически фокус. В този случай от участниците в курса се изисква да анализират казуса чрез въпроси с предварително зададени варианти за избор и чрез отворени въпроси.

#### ***б) Индивидуално / групово ел. портфолио от казуси за устойчиви МСП в сферата на гостоприемството и туризма***

Официални изисквания относно дължината:

За академични потребители: дължина: между 1800 и 2800 думи.

За потребители в професионалното образование и обучение, неформалното образование или вътрешнофирменото обучение: между 1200 и 2000 думи.

Електронното портфолио трябва да служи за запознаване на студентите / стажантите с процеса на изследване и анализ в областта на устойчивото гостоприемство. Казусът е кратко представяне на реална ситуация, с която се сблъсква едно предприятие. Резултатът от електронното портфолио трябва да бъде подробна презентация, анализ и оценка на 1 учебен казус на устойчиво МСП от сектора на гостоприемството със специален фокус върху социалното / екологично въздействие постигнато във всеки конкретен случай и предизвикателствата, пред които е изправено предприятието. Специално внимание трябва да се обърне на начина, по който извлечените поуки могат да бъдат популяризирани и приложени в друг контекст в рамките на сектора. Курсовите работи с отлична оценка, в идеалния случай трябва да се основават на интервю или въпросник (и) с представители/ служители на предприятието и / или на задълбочено изследване. Тези курсови работи трябва да бъдат допълнени с визуални и мултимедийни приложения като снимки, видео, PowerPoint, оригинали на записки, попълнени въпросници или аудио файлове от интервюта и други. Преподавателите могат да разработят свои собствени насоки с оглед на нуждите на студентите / обучаваните и тяхното ниво на познания в съответните области.

Насоки относно съдържанието на учебните казуси:

1. Общ преглед на МСП, включително областта на дейност и предоставяни услуги
2. Проблемът, предизвикателствата и възможностите, пред които е изправен предприемачът
3. В какво се състои инициативата и каква е ролята на ръководството на предприятието, служителите, местната общност, заинтересованите страни
4. Иновативно решение (я) - технологично и / или нетехнологично - приложено от предприятието и начин на приложение
5. Предизвикателства и пречки пред инициативата за устойчивост, включително, но не само, свързани с проблеми при финансирането, осигуряване на устойчивост, управлението (оперативно или стратегическо), комуникацията и маркетинга, подбора и квалификацията на кадрите и пр.
6. Обща оценка на социалното / екологичното въздействие и икономическата жизнеспособност на предприятието
7. Оценка на потребностите от обучение на ръководството и персонала на МСП
8. Извлечени поуки и добри практики, които могат да бъдат заимствани от този казус

9. Препоръки за промени в описания бизнес модел с цел подобряване и оптимизиране на ползите от него

#### **в) Индивидуален проект**

Студентите ще отговорят на предизвикателствата пред професионалното образование в областта на туризма и гостоприемството, като планират своя обучителна сесия за (i) мениджъри / собственици на МСП в сферата на гостоприемството или (ii) персонала в хотелиерските фирми, с фокус към подобряване на знанията и въвеждане на отговорни туристически практики и обслужване

Формални изисквания относно обема на проекта:

За студенти във висши учебни заведения: дължина: между 3500 и 5000 думи.

За потребители в рамките на неформалното образование или вътрешнофирмено обучение: между 2 500 и 4 000 думи.

Целта на индивидуалния проект е да накара студентите / обучаемите да отговорят на предизвикателствата, присъщи на обучението за устойчивост в професионалното образование, включително, но не само:

- да се даде приоритет на ключовите области на устойчивостта, които да бъдат разгледани на първо място
- подбор на учебни стратегии, съдържание, методи и инструменти за повишаване на ангажираността и изграждане на знания
- описване на устойчиви инициативи в областта на гостоприемството и как те влияят върху печалбата от дейността на фирмата и до цялостната стратегия на компанията
- проучване и анализ на потенциала за създаване на споделена стойност
- планиране и стартиране на инициативата, определяне на посоката и избор на отговорни лица в организационната и управленска структура на компанията
- планиране и финансиране на инициативата за корпоративна социална отговорност и изготвяне на основни финансови прогнози, които да бъдат приложени към искането за финансиране

Преподавателите могат да разработят свои собствени насоки с оглед на нуждите на курсистите и тяхното ниво на познания в съответните области. Препоръчва се избирателен подход за горепосочените методи за оценяване.

#### **4. Оценяване**

Оценката трябва да е в съответствие със съществуващите правила за оценяване в учебното заведение.

Препоръчва се оценката на проектите да дава приоритет на иновативните идеи и креативността. Може да бъде приложен модел за оценка от 1 до 5 както следва:

1 – отлично представяне и значително над средните очаквания на преподавателя или средната успеваемост на класа, демонстрирайки отлично разбиране на основните понятия и проблеми, съчетани със значителни задълбочени изследвания при наличие на осезаем творчески или иновативен елемент

2-силно представяне, демонстриране на добро разбиране на основната информация и основните понятия и модели, със забележителни творчески или иновативни елементи

3- приемливо представяне, показващо добро разбиране на основните проблеми и допълнителна информация, предоставяйки някои нови познания или демонстриране на осведомеността за новости в областта

4 – слабо представяне, показващо недостатъчно или повърхностно разбиране на основните понятия и модели, боравене с малко или никаква допълнителна информация и слабо или никакво иновативно решение

5 - незадоволителни и непълно представяне

Скалата може да бъде преобразувана в нива, точки и проценти, в зависимост от системите за оценяване на страните, където се провежда курсът.

Примерна система за оценяване:

Индивидуално участие в клас: 20%

Участие в групови задачи: 20%

Финален изпит/финален проект: 60%

или

4 модулни изпити: 12% всеки (60% общо)

#### *5. Кодекс за честност и плагиатство*

Всяко учебно заведение или институция, която провежда курса, се насърчава да следва своя собствен кодекс или набор от правила по отношение на академичната честност, борба с дискриминацията основана на пол, етническа принадлежност, религия или сексуална ориентация, открит дебат и уважение към различията в мненията, плагиатството и т.н.



### III. Структура на предмета, учебен план и литература

Заглавие на модула	Код на модула
<b>Устойчивост</b>	M1
Общ преглед на модула	
Този модул се състои от 2 теми (под модули), които предоставят общ преглед на устойчивостта като явление в икономическото развитие и предизвикателствата пред устойчивостта в балканско-средиземноморския регион. Учебната програма обхваща въпроси, даващи отговор на предизвикателствата на устойчивостта като „зелени технологии“, отговорно управление на дестинацията, „зелени умения“, помен капацитет и т.н.	

Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Устойчивост</b>	M1	Дефиниране на устойчивостта и аспекти на устойчивостта <sup>30</sup>	T1
Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	

<sup>30</sup> Тази тема е разработена от Висше училище по мениджмънт.



#### Анотация на темата

Устойчивото развитие (УР) се определя като "развитие, което отговаря на нуждите на настоящето, без да се компрометира способността на бъдещите поколения да посрещат собствените си нужди" (Доклад на Брундтланд, 1987). През 2015 г. ООН формулира конкретните цели на устойчивото развитие. Концепцията се разви от приоритетното опазване на природата до балансиране на икономическия растеж, социалното развитие и опазването на околната среда на местно, регионално, национално и международно равнище.

В по-широк смисъл устойчивостта е точката на равновесие, при която нуждите на сегашното население могат да бъдат постигнати, без да се компрометира съществуването на бъдещите поколения и чрез премерено и съзнателно използване на ресурсите, осигуряващи запазването и възпроизводството им. Днес обаче много хора все още са далеч от възможността да посрещнат основните си нужди. УР третира не само въпроса за справедливостта между сегашното и бъдещо поколение, но се стреми да осигури справедливо разпределение на ресурсите в рамките на настоящото поколение: Как да подобрим живота на бедните без да пренатоварим екосистемите? Това е предизвикателство пред начина на живот на всеки отделен човек, пред политиките и стратегиите на компаниите и правителствата.

Освен това през последните няколко десетилетия екстензивното и неконтролираното развитие на туризма се съпътства от множество негативни екологични, социални и културни последици.

За да се осигури стабилна и трайна основа за развитието на сектора на гостоприемството, негативните последици трябва да се отстранят. Ето защо темата дискутира определенията за устойчивост и устойчиво развитие и изследва връзката между тях и сектора на гостоприемството и туризма.

Изследвайки предизвикателствата пред Балканско-средиземноморския регион, свързани с устойчивото развитие на сектора на гостоприемството, темата цели да представи концепцията за устойчив туризъм като основен индикатор за постигането на икономически, социални и естетически цели, като същевременно защитава културните ценности, социалната справедливост, ключовите екосистеми и биологичното разнообразие.

Темата включва теоретична и практическа информация и упражнения.

#### Учебни цели

Темата има за цел да:

- Представи обхвата, принципите и основните предизвикателства пред устойчивото развитие
- Представи трите стълба на устойчивото развитие

- Обсъди конфликтите, които участват в концепцията за УР, както на национално, така и на световно равнище
- Дискутира предизвикателствата пред фирмите, тяхната отговорност и потенциала им за действие за постигане на УР
- Очертае предизвикателствата на УР в Балканско-средиземноморския регион съпоставени с глобалната ситуация.

### Резултати от обучението

- След приключването на темата (под модула), обучаваният трябва да може да:
- Дефинира устойчивостта и устойчивото развитие
  - Определели принципите и концепциите за устойчивост
  - Осъзнае връзката и отношението между устойчивостта и хотелиерския сектор
  - Определи основните предизвикателства и проблеми, пред които са изправени секторите на туризма и гостоприемството в стремежа си към устойчивост

### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

- **Казуси с добри практики**  
<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>
- **Видео казуси**  
<https://study.com/academy/lesson/sustainability-environmental-issues-in-the-hospitality-industry.html>  
<https://www.youtube.com/watch?v=hLmDgPbKRDc>  
<https://www.youtube.com/watch?v=CB9Enh6yP0w>  
[https://www.youtube.com/watch?v=NkAv9L1\\_r1M](https://www.youtube.com/watch?v=NkAv9L1_r1M)

- **Писмено задание**

### Примерно съдържание на темата

#### I. Занятия в клас

#### Тема 1: Определение и рамка на устойчивостта (семинар, 2 часа)

##### 1.1. Въведение в устойчивостта

- Въведение и история: Brundtland, Рио, ЦУРи
- Основни концепции и стратегии

- Предизвикателствата на устойчивото развитие за бизнеса и управлението, отговорностите на правителството и бизнеса
- Устойчиви бизнес стратегии
- Потребление и начин на живот

### **1.1. Стълбове на устойчивостта**

### **1.2. Екологична етика**

- Екологични принципи
- Определение и концепция за екосистеми
- Енергийни ресурси и техните взаимовръзки
- Енергиен поток

### **1.3. Основни дефиниции**

- Алтернативна енергия
- От люлка до люлка
- Въглероден цикъл
- Хартата на Земята
- Въглероден отпечатък
- Зелена икономика

### **1.4. Програма за устойчиво развитие - 17-те цели за устойчиво развитие (ЦУРи)**

### **1.5. Законодателство и политика за устойчивост**

## **Тема 2: Предизвикателствата пред устойчивото развитие в Балканско-средиземноморския регион (семинар, 1 час)**

- Икономически, териториален и екологичен обхват на УР в региона
- Мониторинг
- Национални, европейски и глобални програми за устойчиво развитие
- Основни аспекти на националното законодателство и разпоредби касаещи сектора на гостоприемството
- Партньорства в областта на УР - инструменти за партньорство и форми на партньорство

## **II. Самостоятелна учебна дейност**

### **1. Решаване на казуси (3 часа)**

Студентите получават задачата да изберат три учебни казуса от базата данни за най-добри практики с решения за устойчиво развитие (<http://database.helix-balkanmed.eu>) и да преценят потенциала за подобряване на устойчивостта на тези предприятия.

### **1. Писмени доклади (2 часа)**

Докладите се изготвят индивидуално или в група и следват конкретните спецификации и изисквания. Те трябва да включват предложения за подобряване на устойчивостта на

конкретно предприятие. Докладите трябва също да включат анализ на промяната в отношението и мнението на участващите студенти по време на дискусиата и след това.

*Формат:*

500 - 800 думи със следната структура:

- Въведение и изложение на причината за избора на конкретния казус
- Анализ на устойчивостта и предизвикателствата и проблемите в практиката на избраното предприятие
- Възможни решения и обяснение защо точно те са били избрани
- Общо заключение за трите избрани казуса

### **3. Онлайн дискусия (1 час)**

Студентите се очаква да участват в онлайн дискусия, където ще представят докладите си и ще изразят своето мнение. Участниците в дискусията осигуряват обратна връзка като дават предложения за подобрения и предоставят коментари. От студентите се очаква да представят своята гледна точка чрез подходящи примери, факти и други източници и доказателства. Всички дискусии са конструктивни, с дух на толерантност и зачитане на чуждото мнение и се модерират от ръководителят на курса (преподавателят).

## **Ресурси**

### **Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

### **Обзавеждане и оборудване:**

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

### **Учебни ресурси:**

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове



- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

**Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

**Задължителна и препоръчителна литература**

**Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

**Препоръчителна литература (чуждестранни източници)**

**Книги**

- Diamond, J. (2005). *Collapse: How Societies Choose to Fail or Succeed*. New York: Viking.
- McDonough, W. and Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. London: Vintage.
- Suzuki, D. and Boyd, D. (2008). *David Suzuki's Green Guide*. Crows Nest: Allen & Unwin.
- Vasil, A. (2007). *Ecoholic: Your Guide to the Most Environmentally Friendly Information, Products and Services in Canada*. Toronto: Hogrefe&Huber.
- *Environmental Learning and Experience: Guide, Videos and Curriculum Maps* [online] Available at: [www.bced.gov.bc.ca/environment\\_ed/](http://www.bced.gov.bc.ca/environment_ed/).
- Grant, T. and Littlejohn, G. (2001). *Greening School Grounds: Creating Habitats for Learning*. Toronto: Green Teacher.
- Louv, R. (2013). *Last Child in the Woods: Saving our Children from Nature-Deficit Disorder*. New York: Atlantic Books.
- Brown, L. (2007) *Plan B 3.0 Mobilizing to Save Civilization*. [online] Available at [www.earth-policy.org/Books/PB3/Contents.htm](http://www.earth-policy.org/Books/PB3/Contents.htm).
- Dauncey, G. and Mazza, P. (2001). *Stormy Weather: 101 Solutions to Global Climate Change*. Gabriola Island: New Society.
- McKenzie-Mohr, D. (2011). *Fostering Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing*. Gabriola Island: New Society.
- Jones, V. (2009). *The Green Collar Economy: How One Solution Can Fix Our Two Biggest Problems*. New York: Harper Collins.
- Leslie, D. (2012). *Responsible Tourism: Concepts, Theory and Practice*. London: CABI.
- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.

- Steffen, A. and Gore, A. (2008). *World Changing: A User's Guide for the 21st Century*. New York: Abrams.

**Cmamuu:**

- Brugger, E., Furrer, G., Messerli, B. & Messerli, P. (1984). *The Transformation of the Swiss Mountain Regions*. Berne: Paul Haupt.
- Butler, R.W. (1974). The social implications of tourist developments. *Annals of Tourism Research*, 2(2), pp. 100–11.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist-area cycle of evolution and implications for management. *The Canadian Geographer*, 24, pp. 5–12.
- Christaller, W. (1963). Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions — underdeveloped countries — recreation areas. *Papers of the Regional Science Association*, 12, pp. 95–105.
- Dickinson, G. (1982). An Assessment of Pathway Damage and Management: The West Highland Way. Geography Department, Occasional Paper No. 10, Glasgow University.
- Edington, J.M. & Edington, M.A. (1986). *Ecology, Recreation and Tourism*. Cambridge University Press.
- English Tourist Board (1979). *English Cathedrals and Tourism*. London: English Tourist Board.
- Grosjean, G. (1984). Visual and aesthetic changes in landscape. In: E. A. Brugger et al., eds., *The Transformation of Swiss Mountain Regions*. Berne: Paul Haupt, pp. 71–9.
- Gunn, C.A. (1976). Tourism-recreation-conservation synergism. *Contact*, 8(4), pp. 128–38.
- Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons. *Science*, 162, pp. 1243–8.
- Hayward, S.J., Gomez, V.H. & Sterrer, W. (1981). *Bermuda's Delicate Balance*. Nassua: Bermuda National Trust.
- Holder, J.S. (1987). The Pattern and Impact of Tourism on the Environment in the Carribean. In: F. Edward, ed., *Environmentally Sound Tourism Development in The Caribbean*. Calgary: University of Calgary Press, pp. 7–20.
- International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN). (1980). *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development*. Gland: IUCN.
- Jackson, E.L. (1984). Energy development, tourism and nature conservation in Iceland. In: R. Oldson et al., eds., *Northern Ecology and Resource Management*. Edmonton: University of Alberta Press, pp. 387–403.
- Jayal, N.D. & Motwani, M. (Eds) (1986). *Conservation, Tourism and Mountaineering in the Himalayas*. Dehra Dun: Natraj Publishers.
- Jefferies, B.E. (1984). The Sherpas of Sagarmatha: the Effects of a National Park on the Local People. In: J.A. McNeely and K.R. Miller, eds., *National Parks, Conservation and Development*. Washington: Smithsonian Institution, pp. 473–8.
- Kaur, J. (1985). *Himalayan Pilgrimages and the New Tourism*. New Delhi: Himalayan Books.
- Krippendorf, J. (1984). The Capital of Tourism in Danger. In: E. A. Brugger et al., eds., *The Transformation of Swiss Mountain Regions*. Berne: Paul Haupt, pp. 427–50.
- Lew, A.A. (1987). A Framework of Tourist Attraction Research. *Annals of Tourism Research*,

- 14(4), pp. 553–75.
- Lucas, P.H.C. (1984). How protected areas can help meet society's evolving needs. In: J.A. McNeely and K.R. Miller, eds., *National Parks, Conservation and Development*. Washington: Smithsonian Institution, pp. 72–9.
  - Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper.
  - Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman.
  - Messerli, P. & Brugger, E.A. (1984). Mountain Areas between Self Reliance and Dependency, between Economy and Ecology: a Summary. In: E. A. Brugger et al., eds., *The Transformation of Swiss Mountain Regions*. Berne: Paul Haupt, pp. 1-19.
  - Mishra, H.R. (1984). A Delicate Balance: Tigers, Rhinoceros, Tourists and Park Management vs the Needs of the Local People in Royal Chitwan National Park, Nepal. In: J.A. McNeely and K.R. Miller, eds., *National Parks, Conservation and Development*. Washington: Smithsonian Institution, pp. 197–205.
  - Morrison, A. & Dickinson, G. (1987). Tourist Development in Spain: Growth versus Conservation on the Costa Brava. *Geography*, 72(314), pp. 16–25.
  - Murphy, P.E. (1985). *Tourism — A Community Approach*. New York: Methuen.
  - Nelson, J.G. & Butler, R.W. (1974). Recreation and the environment. In: I. Manners and M. Mikesell, eds., *Perspectives on Environment*. Washington: Association of American Geographers, pp. 290–310.
  - Plog, S.C. (1973). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly*, 13 pp. 13–6.
  - Sadler, B. (1987). Sustaining Tomorrow and
  - Summer: on Linking Tourism and Environment in the Caribbean. In: F. Edward, ed., *Environmentally Sound Tourism Development in The Caribbean*. Calgary: University of Calgary Press, pp. ix–xxiii.
  - Wall, G. (1989). Economic Aspects of Tourism and Heritage. To appear in Conference Proceedings, Tourism and Heritage Preservation, Peterborough: Trent University.
  - Wilkinson, P. (1987). Tourism in Small Island Nations: a Fragile Independence. *Leisure Studies*, 6(2), pp. 127–46.
  - World Commission on Environment and Development (WCED) (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.



Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Устойчивост</b>	M1	Устойчивост и икономическо развитие <sup>31</sup>	T2
<b>Методи за обучение и преподаване</b>			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
<b>Анотация на темата</b>			
<p>В контекста на настоящото глобално икономическо развитие неизменно възникват редица проблеми и предизвикателства. Постигането на високи темпове на икономически растеж е една от четирите основни цели на макроикономическата политика. Икономическият растеж е важен за просперитета на обществото. Той е необходим, тъй като позволява на хората да консумират повече стоки и услуги и помага да се осигури това по-голямо количество стоки и услуги (включително здравни, образователни и т.н.), което води до реално подобряване на жизнения стандарт. Ускореният икономически растеж обаче може да доведе до изчерпване на природните ресурси и увеличаване на замърсяването на околната среда.</p> <p>Целта на темата е да се изследва въздействията на заетостта и необходимите умения за осигуряване на устойчивото развитие и тяхното въздействие върху туризма и гостоприемството. Устойчивостта може да бъде приложена на практика само ако мениджърите и служителите притежават умения, знания и компетенции, за да управляват ресурсите ефикасно във всички бизнес операции и фази на производствения процес. В дългосрочен план е необходимо да се вземе в предвид влиянието на стратегиите в областта на околната среда и промените в климата върху бъдещото търсене на умения в различните икономически сектори (гостоприемство в нашия случай) и да се планират подходящи подходи за обучение. Дефиницията на CEDEFOP за „зелени умения“ като</p>			

<sup>31</sup> Тази тема е разработена от Висше училище по мениджмънт.



"знания, способности, ценности и нагласи, необходими за живеене, развитие и подкрепа на общество, което намалява въздействието на човешката дейност върху околната среда" може да служи като отправна точка. Вземайки под внимание трите стълба на устойчивостта, трябва да обмислим необходимите умения, знания и компетенции, които служителите трябва да притежават за насърчаване на устойчивото развитие в обществото, икономиката и околната среда.

В тази връзка темата анализира икономическите предизвикателства, пред които са изправени балканските и средиземноморските страни в стремежа им за развитие, и обществените стратегии и политики, насочени към решаване на тези предизвикателства. Практическите казуси от региона фокусират върху подхода за управление на поемния капацитет от страна на туристическите и хотелиерски предприятия.

### Учебни цели

Темата има за цел да:

- Дискутира връзката и влиянието между устойчивостта и икономическото развитие
- Очертае обхвата на въздействието на икономическото развитие върху обществото и върху благосъстоянието на околната среда, като се вземат под внимание климатичните промени
- Да се анализират положителните и отрицателните икономически въздействия на различните основни сектори (като гостоприемство, транспорт, туристическа индустрия, увеселителни паркове, управление на събития, туристически агенции и туроператори) в региона
- Да се разгледат „зелена икономика“, „зелени технологии“ и „зелени умения“
- Да се дискутират различни въпроси свързани с устойчивото гостоприемство и поемния капацитет на туристическите дестинации

### Резултати от обучението

След приключването на темата (под модула), обучаваният трябва да може да:

- Разбере връзката между икономическото развитие и устойчивостта
- Осъзнае на необходимостта от зелени умения в туризма и гостоприемството
- Прилага на практика концепциите за устойчиво гостоприемство, поемнен капацитет на дестинации и „зелени умения“ в реални бизнеса ситуации
- Разбере предизвикателствата, свързани с устойчивостта, пред хотелиерския и туристическия бизнес в Балканско-средиземноморската зона

### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за пряко оценяване

- **Казуси с добри практики**  
<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>

- **Видео казуси**  
<https://www.youtube.com/watch?v=f5hmHXl8bDU>  
<https://www.youtube.com/watch?v=vXWVA0ghlro>  
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=10&v=xtUEVi7yaEA](https://www.youtube.com/watch?time_continue=10&v=xtUEVi7yaEA)

- **Работни пътувания и заснемане на кратки видео материали**

- **Писмено задание**

Примерно съдържание на темата

## I. Занятия в клас

**Тема 1: Климатични промени, зелени умения и зелени технологии, екологично съзнание (семинар, 2 часа)**

### 1.1. Икономически растеж и устойчиво развитие

- Въведение, принципи и връзки между устойчивостта и икономическото развитие
- Основни понятия и дефиниции, принципи, исторически контекст; индивидуално и обществено и благоденствие, въздействие върху околната среда; социална стабилност и екологична сигурност; измерване на икономическото развитие
- Икономически растеж на Балканско-Средиземноморския регион - Албания, България, БЮРМ, Гърция, Кипър; Други държави в региона: Сърбия, Босна и Херцеговина, Хърватия

### 1.2. Зелената икономика на практика

- Източници на енергия - 10-те основни източника на енергия
- Климатични промени
- Зелени умения
- Зелени технологии
- Опазване на околната среда и екологична етика

**Тема 2: Устойчиво гостоприемство (семинар, 1 час)**

- Влияние върху околната среда
- Фактори, които оказват влияние върху устойчивия подход
- Дефиниране на устойчивите и екологични предприятия в туризма и гостоприемството
- Поемен капацитет на дестинациите

## II. Самостоятелна учебна дейност

### 1. Учебен казус (1 час)

Студентите имат задачата да изберат учебен казус от базата данни за най-добри практики с решения за устойчиво развитие (<http://database.helix-balkanmed.eu>) и да анализират равнището на зелените технологии, въведени от компанията (ако има такива изобщо) както и необходимите умения от страна на управителите и служителите за успешното им прилагане.

### 2. Учебно пътуване и създаване на видео материал(3 часа)

Студентите получават задача да посетят туристически обекти, предприятия и властимащи органи, свързани с икономическото развитие на региона. Те трябва да задават въпроси, които ги интересуват и да намерят правилния път за устойчиво икономическо развитие. Например, те могат да се включат в дискусия с финансов специалист относно ценовата стратегия на компанията, нейните тактики за управление на приходите, изборът канали за разпространение или да попитат за налични и приложими техники и технологии за оползотворяване на ресурсите и оптимизиране на разходите и т.н.

Учениците трябва да заснемат всичко това и да създадат кратък видеоклип, показващ най-важните фактори за устойчиво икономическо развитие като използват творчески подход.

### 3. Писмени доклади (2 часа)

Студентите имат задача да напишат есе следвайки инструкциите по-долу:

*Формат:*

500 –800 думи със следната структура:

- Въведение и изложение на причината за избора на конкретната тема
- Анализ на устойчивостта и предизвикателствата и проблемите, свързани с темата
- Излагане на гледна точка и привеждане на доказателства и аргументи в нейна полза (по възможност със снимки, диаграми, и други визуални материали)
- Заключение и предложения за подобрене

*Тем* (студентите трябва да изберат един от следните въпроси като тема на техните есета):

- Дали мерките за контролиране на климатичните промени костват работни места?
- Могат ли зелените (еко) умения да бъдат включени като част от формалното образование?
- Кои са най-важните зелени умения в туризма и гостоприемството?
- Равенство между половете на работните места в зеления сектор - мит или реалност за Балканско-Средиземноморския регион?
- Поемен капацитет при планиране на крайбрежните райони - краткосрочни и

дългосрочни интереси

- Поемен капацитет при планиране на планинските райони - краткосрочни и дългосрочни интереси

## Ресурси

### Работна среда:

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

### Обзавеждане и оборудване:

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

### Учебни ресурси:

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

### Други:

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.
- Коли или други средства за транспорт за учебното пътуване

## Задължителна и препоръчителна литература

### Задължителна литература

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение



- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

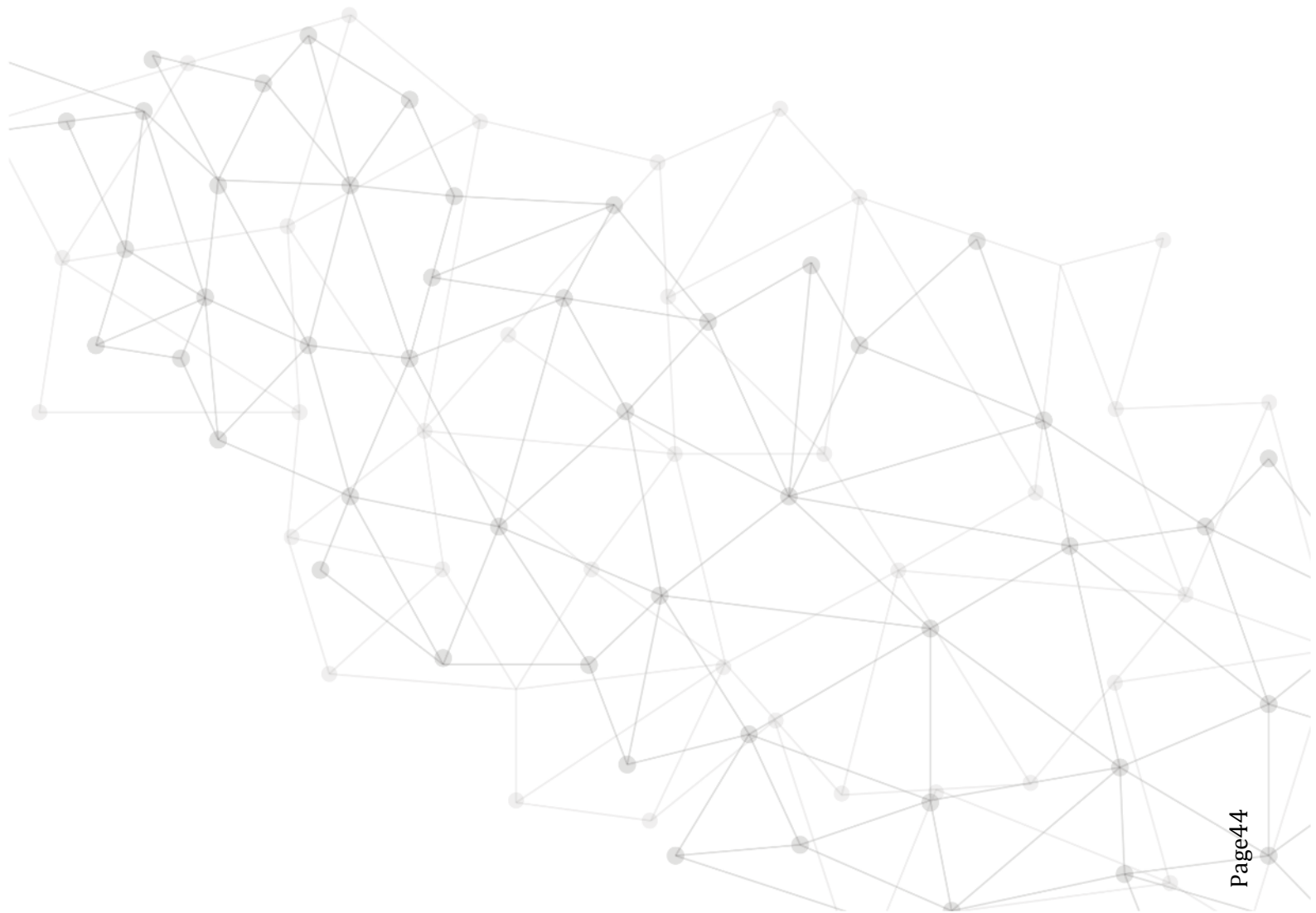
### Препоръчителна литература (чуждестранни източници)

- Capra, F. (1983). *The Turning Point – Science, Society and the Rising Culture*. New York: Bantam.
- Laszlo, E. (2006). *The Chaos Point – the World at the Crossroads*. Charlottesville: Hampton Road.
- Marten, G. (2001). *Human Ecology – Basic Concepts for Sustainable Development*. London: Earthscan.
- Pearce, D., Barbier, E., and Makandya, A. (1990). *Sustainable Development: Economics and Environment in the Third World*. London: Earthscan.
- Blignaut, J. and Aronson, J. (2008). Getting Serious about Biodiversity. *Conserv Lett*, 1, pp. 12–17.
- Speth, G. (2008). *The Bridge at the Edge of the World – Capitalism, the Environment, and the Crossing from Crisis to Sustainability*. New Haven/London: Yale University Press.
- Speth, G. (2010). Towards a New Economy and a New Politics. *Solutions*. [online] Available at <http://www.thesolutionsjournal.com/node/619>.
- Danilov-Danil'yan, V., Losev, K., and Reyf, I. (2009). *Sustainable Development and the Limitation of Growth – Future Prospects for World Civilization*. Springer-Praxis.
- Adams, W. (2006). *The Future of Sustainability, Re-thinking Environment and Development in the Twenty-First Century*. IUCN, The World Conservation Union.
- Shah, A. (2010). Poverty and the Environment. *Global Issues*. [online] Available at: <http://www.globalissues.org/article/26/poverty-facts-and-stats>.
- Meadows, D., Randers, J. and Behrens, W. (1972). *The Limits to Growth*. New York: Universe Books.
- World Commission on Environment and Development (1987). *Our Common Future (The 'Brundtland Report')*. Oxford: Oxford University Press.
- The World Bank (2004). *Responsible Growth for the New Millennium Integrating Society, Ecology, and the Economy*. Washington: The World Bank.
- Gasparatos, A., El-Haram, M. and Horner, M. (2008). A Critical Review of Reductionist Approaches for Assessing the Progress towards Sustainability. *Environ Impact Assess Rev* 28, pp 286–311.
- Wheeler, S. (2004). *Planning for Sustainability – Creating Liveable, Equitable, and Ecological Communities*. London: Taylor & Francis.
- Czech, B. (2000). *Shoveling Fuel for a Runaway Train – Errant Economists, Shameful Spenders, and a Plan to Stop them All*. Berkeley: University of California Press.
- Orr, D. (2010). The Hour Glass. *Solutions*. [online] Available at <http://www.thesolutionsjournal.com/node/577>.
- Adams, W. and Jeanrenaud, S. (2008). *Transition to Sustainability: towards a Humane and Diverse World*. IUCN, The World Conservation Union.
- Daly, H. (2010). From a Failed-growth Economy to a Steady-state Economy. *Solutions*. [online]

Available at <http://www.thesolutionsjournal.com/node/556>.

- Faber, M. (2008). How to Be an Ecological Economist. *Ecol Econ*, 66, pp. 1–7.
- Victor, P. (2008). Book Review: Frontiers in Ecological Economic Theory and Application. *Ecol Econ*, 66(2–3), pp. 552–553.
- Hawken, P., Lovins, A. and Lovins, L. (1999). *Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution*. New York: Little Brown.
- Morris, D. (1983). *Self-reliant Cities: Energy and the Transformation of Urban America*. San Francisco: Sierra Club.
- McKibben, B. (2007). *Deep Economy: the Wealth of Communities and the Durable Future*. New York: Henry Holt.
- Greco, T. (2009). *The End of Money and the Future of Civilization*. Vermont: Chelsea Green.
- Howarth, R. (1996). Discount Rates and Sustainable Development. *Ecol Model*, 92, pp. 263-270.
- National Oceanic and Atmospheric Administration (2007). *Discounting and Time Preference*. Charleston: NOAA Coastal Services Center, [online] Available at <http://www.csc.noaa.gov/coastal/economics/discounting.htm>.
- Strotz, R. (1956). Myopia and inconsistency in Dynamic Utility Maximization. *Rev Econ Stud* 23, pp. 165-180.
- Ramsey, F. (1928). A Mathematical Theory of Saving. *Econ J*, 38, pp. 543–559.
- Pigou, A. (1932). *The Economics of Welfare*. London: Macmillan.
- Goodin, R. (1986). *Protecting the Vulnerable*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kula, E. (1997). *Time Discounting and Future Generations: the Harmful Effects of an Untrue Economic Theory*. London: Quorum.
- Parfit, D. (1983) Energy Policy and the Further Future: the Social Discount Rate. In: D. Maclean D. and P. Brown, eds., *Energy and the Future*. Totowa: Rowman and Littlefield.
- Cowen, T. And Parfit, D. (1992). Against the Social Discount Rate. In: P. Laslett and J. Fishkin, eds., *Justice between Age Groups and Generations*. New Haven: Yale University Press.
- Treasury UK (1980). *Investment Appraisal and Discounting Techniques and the Use of the Test Discount Rate in the Public Sector*. London: UK Treasury.
- Dasgupta, A. and Pearce, D. (1972). *Cost-Benefit Analysis: Theory and Practice*. London: Macmillan.
- Stiglitz, J. (1986). *Economics of the Public Sector*. New York: W.W. Norton.
- Guo, J. et al. (2006). Discounting and the Social Cost of Carbon: a Closer Look at Uncertainty. *Environ Sci Policy*, 9, pp. 205–216.
- Stern, N. (2007). *The Economics of Climate Change: The Stern Review*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nordhaus, W. (2007). Critical Assumptions in the Stern Review on Climate Change. *Science*, 317, pp. 210–202.
- Weitzman, M. (2007). A Review of the Stern Review of the Economics of Climate Change. *J Econ Lit*, 45, pp. 703–724.
- Jouini, E., Marin, J. and Napp, C. (2010). Discounting and Divergence of Opinion. *J Econ Theory*, 145, pp. 830–859.

- Cline, W. (2004). Meeting the Challenge of Global Warming. In: B. Lomborg, ed., *Global Crises, Global Solutions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Malik, A. (2011). Justice to Nature and to the Disadvantaged. *World Futures*, 67, pp. 106–114.
- McLaughlin, C. and Davidson, G. (1994). *Spiritual Politics: Changing the World from the Inside out*. New York: Random House.
- Ahmad, S. (1991). *Towards Interest-free Banking*. Lahore: Institute of Islamic Culture.
- Siddiqi, M. (2001). *Economics – an Islamic Approach*. Islamabad: Institute of Policy Studies.
- Voinov, A. and Farley, J. (2007) Reconciling Sustainability, Systems Theory and Discounting. *Ecol Econ*, 63, pp. 104–113.



Заглавие на модула	Код на модула
<b>Устойчивост в туризма (туристическото предприятие)</b>	M2
Общ преглед на модула	
<p>Този модул се състои от 5 теми (под-модули), които са насочени към практическите въпроси свързани с прилагането на концепцията за устойчивост от страна на предприятията в сферата на туризма и гостоприемството. В по-широк смисъл развитието на устойчив туризъм е процес, който отговаря на настоящите нужди на туристите и посещащите ги дестинации, като в същото време защитава и осигурява бъдещите им нужди. В практически план, дългосрочното прилагане на тази концепция, зависи от организацията на сегашните бизнес единици и от това как те взаимодействат с техните потребители и обществото като цяло. Съответно основните въпроси засегнати в модула касаят иновациите и производствените решения за устойчив туризъм, възможностите, предоставени от икономиката на преживяванията, брандинга и социалната устойчивост в предприятията от сектора на туризма и гостоприемството.</p>	

Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Устойчивост в туризма (Туристическите предприятия)</b>	M2	Иновации за устойчивост в туризма <sup>32</sup>	T3

<sup>32</sup> Тази тема е разработена от Университет „Луиджи Гаракуки“ - Шкодра (Албания)



Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътвания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
Анотация на темата			
<p>Въпреки че, когато говорим за иновациите фокусът най-често е върху нови продукти и технологии, не трябва да забравяме, че всички иновации произхождат от разчупване на съществуващите модели и начини на мислене. Трябва да признаем, че секторът на гостоприемството и туризмът са предимно бенефициенти на иновациите, създадени в други сектори - като производство, строителство, ИТ и т.н. Въпреки това той може да генерира нови бизнес модели - като отворени за посетители ферми, тематични паркове и други - и това е нишата, която трябва да бъде специално проучена и представена, тъй като иновациите предоставят нова посока за развитието на предприятията от сферата на гостоприемство.</p> <p>Много иновативни решения, приложени в туризма и гостоприемството, първоначално касаят ресурсната ефективност на туристическите предприятия и по този начин водят до подобряване на въздействието им върху околната среда. Може да се каже, че повишаване на екологичното съзнание беше първоначалната движеща сила за иновациите в туристическата индустрия. Въпреки това, с напредването на технологиите и натискът от страна на обществеността към по-етичен бизнес модел, много от фирмите са мотивирани да въведат нови решения и да реорганизират своя бизнес, за да подобрят своята социална отговорност и икономическа жизнеспособност.</p> <p>Фокусът на настоящата тема са иновациите за устойчивост, които са въведени в гостоприемството, като се очертават параметрите, от които зависи темпът на въвеждане, както и процеса на въвеждане и прилагане на иновации от предприятията в сектора.</p>			
Учебни цели			

Темата има за цел да:

- Дефинира концепцията за иновация и да очертае процеса на разпространение на иновациите
- Дискутира характерните черти и различните видове иновации
- Да анализира последиците от нововъведенията
- Да представи устойчиви практики от сферата на туризма (STP), като иновации и етичното туристическо поведение и ползата от него.
- Да представи информация за влиянието на хотелиерския сектор върху устойчивостта на туристическата дестинация
- Да разгледа мотиваторите и пречките пред туристическите предприятия за насърчаване на иновациите за устойчив туризъм
- Да представи инструментите, използвани от туристическите предприятия за интегриране на устойчивите иновации.
- Да очертае процеса на въвеждане на потенциалната иновация (технологична и нетехнологична) в устойчивите туристически предприятия

#### Резултати от обучението

След завършването на темата (под модула), обучаемият трябва да може да:

- Покаже информираност и разбиране по въпросите свързани с иновациите в туризма
- Анализира, оцени и дискутира различни възможни иновации, които да се приложат в туристическите предприятия
- Да приложи знанията си в областта на иновациите в предприятията за устойчив туризъм
- Да интегрира иновациите в предприятията за устойчив туризъм – като например етично туристическо поведение и справедливо разпределение на печалбата.

#### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

- **Казуси с добри практики**  
<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>
- **Въпроси за дискусия**
- **Учебно пътуване и заснемане на видео материал**

Методи за директно оценяване

- **Писмено задание**

## Примерно съдържание на темата

### I. Занятия в клас

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да намаляват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса. Студентите ще участват в дискутирането на различни теми, свързани с обучението. От тях се очаква да бъдат активни при решаване на групови задачи и дейности в клас. Те трябва да представят аргументи за своята гледна точка въз основа на учебния материал, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и нападки трябва да се избягват.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата на разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изявени професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит.

Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

**Тема 1: Разпространение на иновациите - етично туристическо поведение и ползи от него (семинар, 1 час)**

- 1.1 Какво е „разпространение на иновациите“?
- 1.2 Характеристики на иновациите
- 1.3 Видове иновации (технологични и нетехнологични)
- 1.4 Последици от иновациите
- 1.5 Устойчивите туристически практики (STP) като иновации.
- 1.6 Етично туристическо поведение и ползи от прилагането му

**Тема 2: Иновации в предприятия за устойчив туризъм - технологични и нетехнологични иновации (семинар, 2 часа)**

- 1.1 Влияние на сектора на хотелиерството върху устойчивостта на туристическата дестинация
- 1.2 Мотиватори и пречки пред туристическите предприятия за насърчаване на иновациите за устойчив туризъм
- 1.3 Инструменти, използвани от туристическите предприятия за интегриране на устойчивите иновации
- 1.4 Потенциални устойчиви иновации (технологични и нетехнологични) за туристическите предприятия

**II. Самостоятелна учебна дейност**

**1. Учебен казус (3 часа)**

*Дефиниране на иновациите – етично туристическо поведение и ползи от прилагането му*

**2. Учебен казус (3 часа)**

*Иновации за устойчиви туристически предприятия – технологични и нетехнологични иновации*

**Ресурси**

**Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство



#### Обзавеждане и оборудване:

- Маса и стол за преподавателя и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

#### Учебни ресурси:

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

#### Други:

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

#### Задължителна и препоръчителна литература

##### Задължителна литература

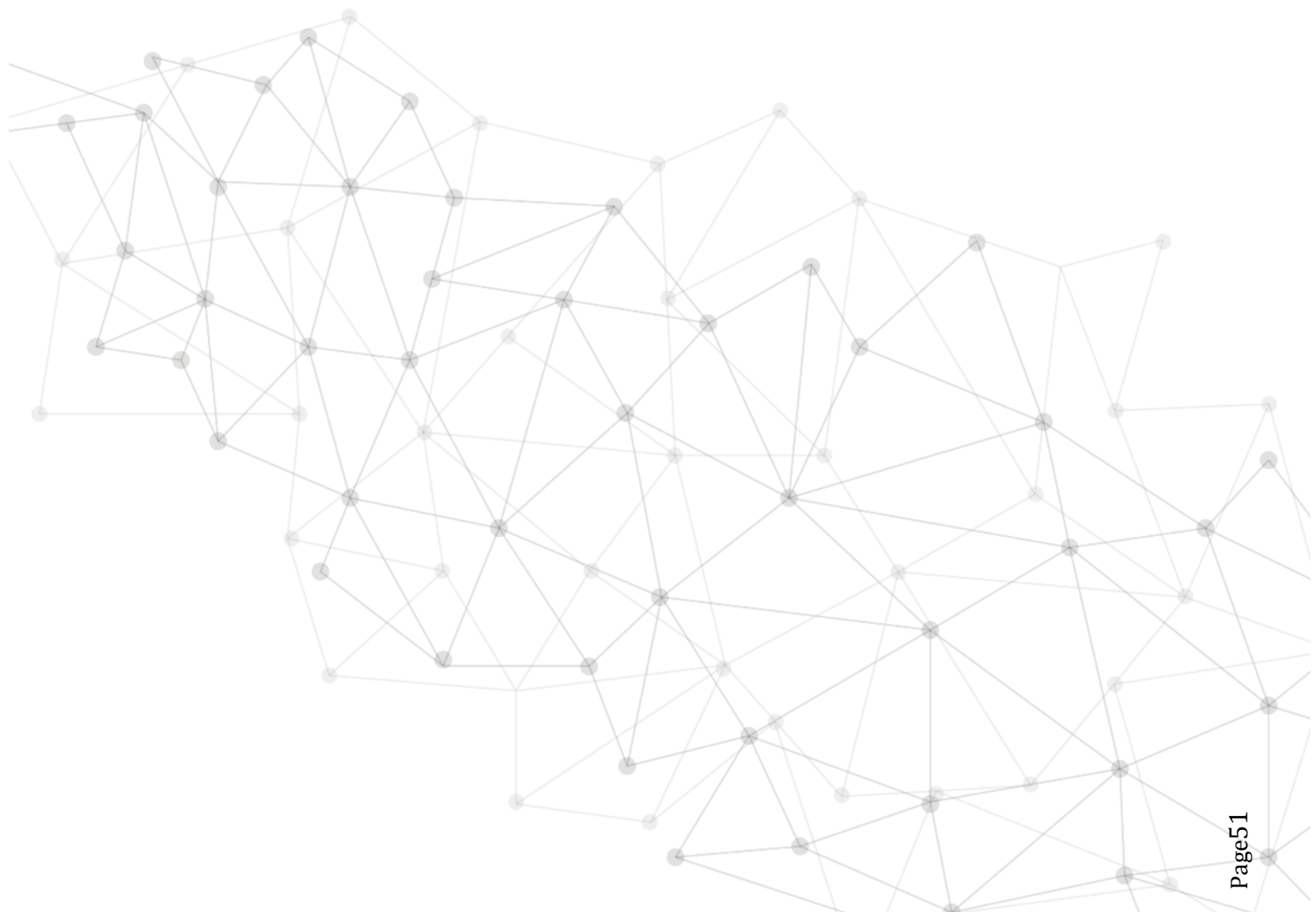
- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

##### Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)

- Roger, E. M. (1995). *Diffusion of Innovations*. 4th ed. New York: Free Press.
- Roger, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press.
- Swaebrooke, L. (2002). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism*. Elsevier, pp. 73-110.
- Middleton, T. (2002). *Sustainable Tourism: A marketing Perspective*. Butterworth-Heinemann, pp.133-201.
- Sustainable Tourism Division of Rainforest Alliance (2009). *Guide for Sustainable Tourism Best Practices*. [online] Available at:

[http://www.rainforestalliance.org/tourism/documents/tourism\\_practices\\_guide.pdf](http://www.rainforestalliance.org/tourism/documents/tourism_practices_guide.pdf)

- Robinson, L. (2009). *A Summary of Diffusion of Innovations*. [online] Available at: [http://www.enablingchange.com.au/Summary\\_Diffusion\\_Theory.pdf](http://www.enablingchange.com.au/Summary_Diffusion_Theory.pdf)



Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Устойчивост в туризма (Туристическите предприятия)</b>	M2	Устойчиви решения за МСП в сектора на гостоприемството <sup>33</sup>	T4
Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
Анотация на темата			
<p>Устойчивите решения за предприятията в областта на туризма и гостоприемството са разнообразни – от ИКТ приложенията, които стават традиционни в рамките на месеци от въвеждането им до по-сложните модели за управление на сградите, съоръженията и преминаване към възобновяеми енергийни източници. Много от тези нововъведения водят също и до подобрен комфорта за туристите в допълнение към по-ефективното използване на ресурсите. Дългосрочните ползи за местното население на туристическите дестинации в повечето случаи са безспорни.</p> <p>Устойчивите решения са особено актуални за балканско-средиземноморския регион с все по-осезаемите последиците от изменението на климата, като например покачващите се летни температури, ежегодните природни бедствия като наводнения и суша, недостиг на вода и т.н. В същото време много предприятия (по-специално от малкия и средния бизнес) не са склонни да закупят ново оборудване и / или лансират нови организационни модели, тъй като не са убедени в икономическата ефективност на иновациите. Ето защо основното послание на тази тема е, че устойчивите решения не са ненужен лукс, а могат да допринесат за положителни икономически резултати, които да компенсират първоначалната</p>			

<sup>33</sup> Тази тема е разработена от Университет „Луиджи Гарачуки“ - Шкодра (Албания)

инвестиция за иновациите.

### Учебни цели

Темата има за цел да:

- Представи и анализира устойчивите решения за управление и производство
- Подобри компетенциите свързани с предоставяне на устойчиви решения за МСП в гостоприемството
- Повиши знанията, уменията и способността за разработване на последователни и приложими решения в предприятията за устойчив туризъм

### Резултати от обучението

След приключването на темата (под модула), обучаваният трябва да може да:

- Създава устойчиви решения в маркетинга, управлението на човешките ресурси, производството и финансите
- Разработва конкретни препоръки за преодоляване на различните пречки и бариери и да предложи устойчиви решения за туристическите предприятия
- Демонстрира знания и умения по устойчив туризъм
- Прецени и сравни различните гледни точки в решенията за устойчивост на МСП в гостоприемството
- Анализира, оцени и обсъди устойчивостта в гостоприемството и туризма

### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

- **Казуси с добри практики**  
<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>

- **Писмено задание**

- **Въпроси за дискусия**
- **Учебно пътуване и заснемане на видео материал**

### Примерно съдържание на темата

#### I. Занятия в клас

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-



ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса. Студентите ще участват в дискутирането на различни теми, свързани с обучението. От тях се очаква да бъдат активни при решаване на групови задачи и дейности в клас. Те трябва да представят аргументи за своята гледна точка въз основа на учебния материал, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и нападки трябва да се избягват.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата на разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изяви професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

**Тема 1: Устойчиви решения за МСП в сектора на гостоприемството (семинар, 3 часа)**

1.1. Устойчиви решения за управлението и маркетинга

1.2. Устойчиви решения за управлението на човешките ресурси

- 1.3. Устойчиви решения за управление на производствените процеси
- 1.4. Устойчиви решения за финансов мениджмънт

## II. Самостоятелна учебна дейност

### 1. Учебен казус (6 часа)

*Устойчиви решения за МСП в сектора на гостоприемството: управление на сгради и съоръжения, енергийна ефективност, ИКТ приложения, иновации*

#### Ресурси

##### Работна среда:

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

##### Обзавеждане и оборудване:

- Маса и стол за преподавателя и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

##### Учебни ресурси:

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

##### Други:

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска

и др.

### Задължителна и препоръчителна литература

#### Задължителна литература

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

#### Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)

- Swaebrooke, L. (2002). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism*. Elsevier, pp. 73-110.
- Harrison, L.C. and Husbands, W. (1996). *Practicing responsible Tourism: International Case Studies in Tourism Planning, Policy and Development*. Toronto: Ryerson Polytechnic University.
- Robinson, M. et al. (2000). *Environmental Management and Pathways to Sustainable Tourism: Reflections on International Tourism*. Centre for Travel and Tourism & Business Education Publishers Ltd.
- Sweeting, J. E. N. and Sweeting, A. R. (2007). *A Practical Guide to Good Practice Managing Environmental and Social Issues in the Accommodations Sector*. Centre for Environmental Leadership in Business & Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development. [online] Available at: <http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/publications/HotelGuideEnglish.pdf>

Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Устойчивост в туризма (Туристическите предприятия)</b>	M2	Икономика на преживяванията и нейното приложение в туризма. <sup>34</sup>	T5
Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
Анотация на темата			
<p>Основен предмет на тази тема е икономиката на преживяванията, особено в туристическия сектор, където концепцията за туризъм с акцент върху преживяванията става все по-популярна. Темата се състои от две подтеми:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Икономика на преживяванията - перспективи за балканско-средиземноморския регион</li> <li>2. Туризъм с фокус върху преживяванията и устойчиво развитие</li> </ol> <p><i>Икономика на преживяванията</i>                      Концепцията за икономика на преживяванията е сравнително нова като за нея за пръв път се споменава в края на 90-те години на миналия век. Разглежда се като последващ етап след икономиката на услугите, а се нарича икономика на преживяванията, защото при нея субективното преживяване на потребителя е толкова важен (или дори повече), отколкото продуктът или услугата, които той/тя консумира. Въпреки че концепцията за икономика на преживяванията първоначално се фокусира върху бизнес услугите, в следствие нейната употреба преминава в туризма, архитектурата, градоустройството и други области (Pine and Gilmore, 1998).</p>			

<sup>34</sup> Тази тема е разработена от Факултет "Планиране и регионално развитие" към Университета в Тесалия (Гърция)



Pine и Gilmore (1998) твърдят, че както услугите, които с течение на времето придобиват изцяло търговски характер, сега преживяването прави следваща стъпка в тази насока и като придобива икономическа стойност. Вече голям брой компании използват преживяването, за да продават по-добре своите традиционни продукти или услуги. Основната промяна е дизайна на предлагането и преживяване, за което потребителите ще бъдат таксувани. Този преход е сравним с прехода от индустриалната икономика към икономиката на услугите и, според Pine и Gilmore (1998), компаниите ще трябва да актуализират своето предлагане съобразно с този нов елемент на добавена стойност, ако искат да останат конкурентоспособни на пазара.

### *Туризм с фокус върху преживяванията*

Глобализацията, демографските промени, технологичният напредък и промяната в предпочитанията на потребителите насочиха търсенето към нови туристически продукти. Тези промени могат да бъдат определени на три (3) нива:

- Предпочитания на клиента
- Предлагане от страна на туристическите дестинации и места за посещение
- Крайни и междинни доставчици на туристически продукти

Като резултат, туризмът с акцент върху преживяването, е нова концепция, която постепенно набира популярност. Тя се различава от традиционното предлагане, което се базира на "наличните" ресурси на дестинацията и на пакетни почивки на достъпни цени (масов туризъм).

Туризмът с фокус върху преживяването, е вид алтернативен туризъм, различен от традиционния туризъм (Стамбулис, Й., & Скайанис, П., 2003) и се характеризира с предлагане на пакети, които са високо диференцирани, имат предимно нематериална стойност, която до голяма степен зависи от субективното възприятие на туриста. Туристическите услуги, в традиционния смисъл на думата, са като фон, на който се проявява преживяването, което се добавя като стойност към природните ресурси и инфра- и супер структурите, които поддържат традиционния модел на туризма (разглеждан само като осигуряване на гостоприемство). Неосезаемостта на продукта (преживяването) изисква повишено внимание по отношение на качеството и организацията на обслужване. Устойчивостта също трябва да бъде гарантирана: преживяването трябва да бъде възпроизведено, дори променяно в положителна насока, докато дестинацията трябва да остане социално и екологично устойчива.

### Учебни цели

Тази тема има за цел да запознае студентите с новите възгледи върху посоката и проблемите на икономическото развитие, т.е. с въпроса за прехода от икономика на услугите към икономиката на преживяването. Специално внимание е фокусирано върху

възможностите за прилагане на концепцията за икономика на преживяването в туристическия и хотелиерския сектор и връзката ѝ с устойчивия туризъм.

От студентите се очаква да придобият актуални знания и разбиране по различни въпроси, извън знанията, които са придобили по време на обучението си до сега, чрез изследване на академичната литература, казуси и други образователни материали, както и чрез кратък лекционен курс и кратки задания и проекти. Целта е да се придобие разбиране за развитието на съвременната туристическа икономика и нейните настоящи и бъдещи тенденции.

По отношение на тази и на другите теми, се очаква студентите да могат да прилагат научно-изследователски подход (чрез проучвания, събиране и използване на материали, т.е. чрез извличане на данни и информация, селекция, организация и представяне, разбиране на организационните принципи на икономиките и обществата, особено по отношение на технологиите и туризма); да изразява структурирано и аргументирано мнение (обяснявайки проблемите по аналитичен и сравнителен начин, използвайки придобитите знания); и да формулират нови идеи и предложения (давайки обяснение и комбинирайки знания), както и да използват знанията си за по-нататъшни изследвания.

Темата поставя акцент върху следните способности:

- Извличане, анализ и синтез на данни и информация чрез използване на съответните технологии (където е приложимо)
- Адаптиране към нови условия
- Лично израстване
- Работа в интердисциплинарна среда
- Генериране на нови изследователски идеи
- Уважение и зачитане на различията и междукултурния обмен
- Насърчаване на свободното, креативно и интуитивно познание

#### Резултати от обучението

След приключването на темата (под модула), обучаваният трябва да може да:

- Осъзнае ключови въпроси свързани с икономиката на преживяването
- Разбере как страните в балканско-средиземноморския регион могат да приложат икономиката на преживяванията
- Придобие разбиране за концепцията “туризъм с акцент върху преживяванията”
- Идентифицира и анализира практически примери за туризъм с акцент върху преживяванията
- Разбере приложението на концепцията за икономика на преживяванията в сектора на гостоприемството и туризма
- Осъзнае предизвикателствата, с които е съпроводен прехода от традиционния туризъм към туризма с фокус върху преживяванията

- Разбере тясната връзка между туризъма на преживяванията и устойчивостта
- Осъзнае ролята на различните ключови лица и определи тяхното въздействие, важност, гледни точки и механизми на участие в разработването на инициативи за туризъм с фокус върху преживяването
- Анализира как социалният, икономически, екологичен и културен контекст влияят върху туризма на преживяванията и неговото планиране
- Повиши осведомеността си по въпросите на устойчивостта и начина, по който тези въпроси са включени в концепцията за туризъм, основан на преживяванията
- Предложи конкретни действия за развитие на туризъм с фокус върху преживяванията

Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

• **Учебни казуси**

Студентите обсъждат и анализират реални казуси. От тях може да се изисква да предоставят решения или мнения по реални или измислени проблеми.

• **Видео материал, най-вече казуси**

Подходящи видео казуси или видеоклипове, които обясняват или представят конкретни теми и могат да бъдат използвани, за да помогнат на учениците да разберат по-добре някои от ключовите понятия в темата

• **Въпроси за дискусия**

Кратки въпроси, предназначени да подбудят дискусия по конкретна тема и участие от страна на студентите

• **Дебат**

По-дълги дискусии, обичайно слез завършване цялостна теоретична концепция или в края на лекцията, където студентите обсъждат конкретни въпроси (или казуси) като от тях се очаква да предоставят аргументи, свързани с целите на обучението.

• **Редовно посещение и активно участие в дискусиите и дебатите**

• **Тест със затворени въпроси**

• **Писмено задание или групов проект**

- **Домашна работа/ Задание**

На студентите се дава задача да се подготвят за следващия урок. Тя обикновено включва малко количество четене и изследване с възможност за кратко представяне на резултатите в час

- **Групов проект**

Като алтернатива на индивидуалните задачи, студентите могат да получат групов проект, които изисква сътрудничество и работа в екип. Тази задача може да включва и кратко представяне пред цялата група.

Примерно съдържание на темата

**I. Занимания в клас**

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса. Студентите ще участват в дискутирането на различни теми, свързани с обучението. От тях се очаква да бъдат активни при решаване на групови задачи и дейности в клас. Те трябва да представят аргументи за своята гледна точка въз основа на учебния материал, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и нападки трябва да се избягват.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата на разпечатки след всяка лекция. Освен това, от



студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изяви професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

### **Тема 1: Икономика на преживяванията (Семинар, 1 час)**

- 1.1. **Концепцията за икономика на преживяванията:** Дефиниция, основни характеристики, ключови въпроси.
- 1.2. **Определяне на преживяването:** Преживяванията могат да бъдат анализирани в две измерения (участие и връзка) и разпределени в четири широки категории ("четирите сфери на преживяванията"): образователни, развлекателни, естетически и „бягство“. В рамките на тези измерения и категории преживяването може да бъде проектирано, маркетингово и консумирано от потребителите.
- 1.3. **Проектиране на преживяването:** Основните принципи за дизайн на преживяването от опита на компании, които работят в областта на икономиката на преживяването
- 1.4. **Ролята на технологиите в икономиката на преживяването:** Тъй като новите технологии предлагат нови възможности, компаниите започнаха да се възползват от тях, за да създадат нови форми на преживявания, с цел осигуряване на конкурентоспособност. Новите технологии също влияят върху начина, по който преживяването се предава и споделя.
- 1.5. **Ролята на социалните медии:** Ролята на социалните медии е от решаващо значение за повишаване на значението на преживяването, тъй те дават възможност лесно да се споделят и сравняват преживявания, по начин подобен на стоки за консумация
- 1.6. **От "преживяване" до "трансформация":** Пайн и Джилмор дискутират следващия етап, който се отнася до прехода от предлагането на „преживяване“ към предлагането на "трансформация", което е свързано постигането на конкретна цел.

- 1.7. **Перспективи за Балканско-средиземноморския регион:** Икономиката на преживяването и перспективи за нейното прилагане в страните от Балканско-средиземноморския регион.

## Тема 2 : Туризм с акцент върху преживяването (семинар, 1 час)

- 1.1. **Преживяването в контекста на гостоприемството и туризма:** В икономиката на преживяването приходите от дейността на фирмата се увеличават пропорционално на степента, в която потребителите се наслаждават на опита. Четирите измерения на опита (естетически, образователни, развлекателни и бягащи) играят важна роля за повишаване на чувството на задоволство. За целите на туризма е разработен специален индекс: Запомнящо се туристическо преживяване (МТЕ) за да измери степента на удовлетвореност на потребителите.
- 1.2. **Концепцията за туризм базиран на преживяванията:** Дефиниране на концепцията, основни характеристики.
- 1.3. **Основни параметри и ключови въпроси свързани с туризма на преживяванията:** преживяването като "нов продукт" за туризма, участници и заинтересованите страни, иновации, организиране и представяне, предизвикателства пред прехода към туризма на преживяванията.
- 1.4. **Промени в туристическия пазар:** Редица промени на различни нива доведоха до необходимостта от нов туристически модел. Какви са тези промени и как те стимулират появата на туризм на преживяванията
- 1.5. **Преструктуриране на добавената стойност на хотелиерския и туристическия продукт:** Необходимо е да се създадат условия за преминаване към туризм с фокус върху преживяването
- 1.6. **Ролята на местната общност:** трите (3) модела на участие на населението-домакин в туристическата дейност.
- 1.7. **От традиционен към алтернативен и до туризм с акцент върху преживяването:** Налице е осезаем преход от традиционен към алтернативен туризм. В този контекст туризмът на преживяванията като нов вид предлагане става все по-популярно, тъй като има потенциал да доведе до създаване на устойчиво конкурентно предимство чрез предлагането на незабравими и високо персонализирани преживявания за потребителите.

## Тема 3: Туризм с акцент върху преживяванията и устойчивото развитие (семинар, 1 час)

- 3.1. **Концепцията за устойчив туризм:** Дефиниране на концепцията, основни характеристики, ключови въпроси.
- 3.2. **Значение и отношение на икономиката на преживяванията към устойчивостта в туризма:** Култура, качество и екологично съзнание. Защо туризмът с акцент върху преживяването, е устойчив.

**3.3. Най-добри практики в устойчивия туризъм на преживяванията:** Учебни казуси, които демонстрират връзката на туризма на преживяванията с устойчивостта.

## **II. Самостоятелна учебна дейност**

### **1. Тема 1: Икономика на преживяванията (2 часа)**

#### **1. Препоръчителни видео материали и други онлайн ресурси**

Ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да дадат възможност на студентите да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

#### **2. Препоръчителна литература**

На обучаемите ще бъдат препоръчани малък брой подобрани книги и / или статии, които ще им помогнат да задълбочат знанията и разбирането си по дискутираните теми в клас.

#### **3. Задание**

На студентите ще бъде дадена задача, която да бъде подготвена за следващия урок. Задачата ще бъде или индивидуална, или групова (по избор на студент) и може да включва изследване, оценка и препоръки за реален казус.

### **2. Тема 2: Туризъм с акцент върху преживяванията (2 часа)**

#### **1. Препоръчителни видео материали и други онлайн ресурси**

Ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да дадат възможност на студентите да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

#### **2. Препоръчителна литература**

На обучаемите ще бъдат препоръчани малък брой подобрани книги и / или статии, които ще им помогнат да задълбочат знанията и разбирането си по дискутираните теми в клас.

#### **3. Задание**

Обучаемите ще трябва да намерят, анализират и представят няколко примери от практиката (за предпочитане на местно равнище), които са свързани по някакъв начин към икономиката на преживяванията и да направят кратка презентация в клас. Заданието може да включва анализ ключовите лица и участници, предимства и недостатъци, пречки, политики и стратегии и други въпроси по същество.

### **3. Тема 3: Туризмът на преживяванията и устойчивото развитие (2 часа)**

### 1. Препоръчителни видео материали и други онлайн ресурси

Ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да дадат възможност на студентите да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

### 2. Препоръчителна литература

На обучаемите ще бъдат препоръчани малък брой подобрани книги и / или статии, които ще им помогнат да задълбочат знанията и разбирането си по дискутираните теми в клас.

### 3. Задание

Обучаемите трябва да намерят и представят реален казус, който да подчертае връзката между туризмът с фокус върху преживяваният и устойчивостта. Казусите ще бъдат разработени и презентирани следвайки предварително зададен шаблон.

## Ресурси

#### Работна среда:

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

#### Обзавеждане и оборудване:

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

#### Учебни ресурси:

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса



**Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

**Задължителна и препоръчителна литература**

**Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия
- Pine, B. and Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business Press.
- Pine, B. and Gilmore, J. (2011). *The Experience Economy*. Boston: Harvard Business Press.
- Stamboulis, Y., and Skayannis, P. (2003). Innovation Strategies and Technology for Experience-Based Tourism. *Tourism Management*, 24(1), pp. 35–43.

**Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)**

- Apostolopoulos, Y., Loukissas, P. and Leontidou, L. (2001). *Mediterranean Tourism: Facets of Socioeconomic Development and Cultural Change*. London: Routledge.
- Berry, L., Haeckel, S. and Carbone, L. (2002). *Managing the Total Customer Experience*. [ebook] Sloane Management Review.
- Boswijk, A., Thijssen, T., and Peelen, E. (2007). *The Experience Economy. A New Perspective*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Carmichael, B. and Morrison, A. (2011). Tourism Entrepreneurship Research. *Tourism Planning & Development*, 8(2), pp. 115–119.
- Chand, S. (2018). Experience Economy in the Hospitality and Tourism Context. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 27, July, pp. 83-90.
- Fuglsang, L., and Eide, D. (2013). The Experience Turn as 'Bandwagon': Understanding Network Formation and Innovation as Practice. *European Urban and Regional Studies*, 20(4), pp. 417-434.
- James, H., Gilmore, B. and Pine, J. (2002). Customer Experience Places: the New Offering Frontier, *Strategy & Leadership*, 30 (4), pp.4-11.
- Jensen, J. (2013). IT and Experiences: User Experience, Experience Design and User-Experience Design. In: J. Sundbo and F. Sørensen, eds., *Handbook on the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 179–208.
- Morgan, M., Elbe, J. and de Esteban Curiel, J. (2009). Has the Experience Economy Arrived? The Views of Destination Managers in Three Visitor-dependent Areas. *International Journal*

- Of Tourism Research*, 11(2), pp. 201-216.
- Poulsson, S. and Kale, S. (2004). *The Experience Economy and Commercial Experiences*. Westburn Publishers Ltd.
  - Prahalad, C. and Ramaswamy, V. (2004). Co-creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), pp. 5-14.
  - Prebensen, N., Woo, E. and Uysal, M. (2014). Experience Value: Antecedents and Consequences. *Current Issues in Tourism*, 17(10), pp. 910-928.
  - Ritchie, J., Tung, V. and Ritchie, R. (2011). Tourism Experience Management Research: Emergence, Evolution and Future Directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), pp. 419-438.
  - Sundbo, J. and Darmer, P. (2017). *Creating Experiences in the Experience Economy*. Edward Elgar.
  - Sundbo, J., & Sørensen, F. (2013). Introduction to the Experience Economy. In: J. Sundbo and F. Sørensen, eds., *Handbook on the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 1-17.
  - Svabo, C. et al. (2013). Experiencing Spatial Design. In: J. Sundbo and F. Sørensen, eds., *Handbook on the Experience Economy*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 310-324.
  - Tung, V. and Ritchie, J. (2011). Exploring the Essence of Memorable Tourism Experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), pp. 1367-1386.
  - Uriely, N. (2005). The Tourist Experience. Conceptual Developments. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), pp. 199-216.
  - Williams, A. and Shaw, G. (2011). Internationalization and Innovation in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(1), pp. 27-51.

#### **Препоръчителна литература и източници (национални)**

- Воденска М. (2010), Основи на туризма, Матком
- Воденска М., Асенова М. (2010), Въведение в туризма, Матком
- Емилова И., Великова Е. (2016), Въведение в туризма, Нов български университет
- Нешков М., Казанджиева В. (2007), Икономика на туристическата фирма, Нов български университет
- Плачкова М., Пенева П., Райчев Р. (2008), Мениджмънт в туризма, Дионис
- Рафаилова Г., Кадиева С., Кожухарова Л., Янчева К., Кръстева А., Поляков С. (2012), Специализирани видове туризъм, издателство „Наука и икономика“, Икономически университет, Варна
- Рибов М. (2005), Конкурентни стратегии в туризма, Тракия М
- Рибов М. (2005), Стратегическият избор в туризма, Тракия М
- Станкова М. (2008), Диверсификационни стратегии в туризма, ЮЗУ Неофит Рилски
- Станкова М. (2010), Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация, ЮЗУ Неофит Рилски

Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Устойчивост в туризма (Туристическите предприятия)</b>	M2	Брандинг <sup>35</sup>	T6
Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
Анотация на темата			
<p>Основният фокус на темата е Брандингът. Темата включва две под-теми:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брандинг на дестинацията</li> <li>2. Бранд мениджмънт</li> </ol> <p><b>Брандинг на дестинацията</b></p> <p>Дестинациите, регионите и дори нациите се конкурират, наред с други неща, за туристи. Постепенно се стига до осъзнаването, че мястото(или локацията) могат да имат брандова (маркова) стойност. Това доведе до нова концепция за маркетинг, наречена "брандинг на дестинацията". Брандингът на дестинацията е област на маркетинга, която използва традиционните маркетингови и брандинг подходи за създаване на "имидж на дестинацията". Въпреки това, той се различава от традиционния брандинг, тъй като имиджа на дестинацията надхвърля традиционните маркетингови концепции и си взаимодейства тясно с други дисциплини като международни отношения, бизнес, туризъм, социална география, културни науки и др. (Tiwari and Bose, 2013 ).</p> <p>Много проучвания показват, че създаването на идентичност за пространствени единици като град, регион, страна, дестинация и пр. е сложен процес, който поставя редица</p>			

<sup>35</sup> Тази тема е разработена от Факултет "Планиране и регионално развитие" към Университета в Тесалия (Гърция)

предизвикателства. В същото време, в множество публикации се появила редица подходи, теории и методологии, свързани с брандинга на дестинацията, които осигуряват богат и многоизмерен контекст за проучване на различните аспекти на това явление. Въпреки че брандингът на дестинацията може да бъде отнесен към голям брой и различни академични области, неговият фокус все още остава главно в сферата на туризма.

В зависимост от пространственото равнище терминът "брандинг на дестинацията" се отнася и може да бъде адресиран към различни аудитории, да има различни цели и да използва различни инструменти. В този смисъл брандинга на дестинацията може да се види в контекста на страна или държава (държавен бранд), в контекста на града или градската зона (бранд на града), в контекста на туристическото пространство (бранд на туристическата дестинация) или в друг контекст (Vela, 2013).

Брандингът на дестинацията не е същото като маркетинг на дестинацията. Брандингът се фокусира върху това какво и кой изгражда (създава) мястото (изисква стратегически решения, инвестиции, сътрудничество и участие), развива обща идентичност на региона, изгражда дългосрочен имидж, зависи от предлагането и е интровертен по характер. Маркетингът на дестинацията се фокусира върху комуникацията, използва маркетингови техники, обслужва пазари, зависи от търсенето, и има екстровеитен характер.

Разнообразни инструменти и техники за планиране на бранда се използват широко в различни части на света и в различни степен и комбинация, когато става въпрос за брандинг на дестинацията. Някои от най-често срещаните са:

- асоциация с дадена личност, където място се свързва с известна фигура (от митология, история, литература, изкуство, политика, развлечения, спорт), с надеждата, че уникалните качества и разпознаваемостта на тази личност ще бъдат асоциирани с мястото.
- визуални качества на сгради и градски дизайн / архитектура. Това може да включва символична сграда, специфичен градски дизайн или дори цял квартал.
- популярно събитие, което се организира в дестинацията (мястото) (по-често културни или спортни събития), тяхното популяризиране, което да води до подобрена разпознаваемост на дестинацията. (Ashworth, 2009)

Брандингът може също да има отрицателен знак, в смисъл, че мястото може да се идентифицира с нещо нежелано. Обичайно отрицателният брандинг не се получава вследствие на планирана маркетингова политика, но може да му бъде противодействано чрез подходящи брандинг стратегии.

### **Управление на бранда**

Брандът (марката) е това, което отличава продукт от други подобни продукти и помага на потребителите да го разпознават (лого, опаковка и т.н.). Брандът обаче може да се отнася и до разпознаваемостта, субективната стойност, популярността, имиджа и асоциациите, с които продуктът се свързва и изобщо, всичко, което го прави уникален. В този смисъл



марката е нещо повече от продукт, защото може на ново измерение да диференцира продукта по някакъв начин от сходни продукти, предназначени да задоволят същата нужда. Тези разлики могат да бъдат осезаеми или неосезаеми. По този начин марката може да бъде отнесена към материална стока, услуга, верига магазини, личност, място или идея (Keller, 2013).

Според Heding, Knudtzen и Bjerre (2009), съществуват седем основни подхода към управлението на бранда:

- Икономическият подход
- Подходът на идентификацията
- Потребителски подход
- Личностен подход
- Релационният подход
- Общностният подход
- Културният подход

Тези подходи могат да бъдат използвани за очертаване на план за управление на бранда, в зависимост от конкретната ситуация, и могат да бъдат комбинирани, за да се увеличи тяхната ефективност.

Ефективното управление на бранда на дестинацията е в пряка зависимост от това как дестинацията се възприема от целевата група, а това от своя страна зависи от качеството и разнообразието на туристическите атракции предлагани от дестинацията, които определят нейната привлекателност (Grubor and Milovano, 2017). Тъй като ефективното и ефикасно управление на утвърдения бранд е един от най-важните приоритети в туристическата индустрия, брандовата динамика, лоялността към марката и създаването на конкурентно предимство, както ангажирането на бранда с нуждите на потребителите са определени като едни от ключовите въпроси на бранд мениджмънта на един силно конкурентен пазар (Kwun, 2012).

Поради напредъка в информационните и комуникационните технологии (ИКТ), мащабното разпространение и въздействие на мобилните устройства и популярността на социалните медии, конкурентната и бързо променяща се пазарна среда, промените в жизнения стандарт и предпочитанията на потребителите, фирмите - и дестинациите - се очаква да развият и въведат авангардно нови стратегически решения за управление на бранда, които да са насочени към идентичността и популярността на бранда, имиджа, асоциацията, възприятието и отношението от страна на потенциалните потребители, както и възможностите, които марката предоставя за установяване на трайно конкурентно предимство.

Учебни цели

В тази тема участниците в курса ще се запознаят с концептуалната рамка на дестинационния брандинг, което е важно условие за разбиране на управлението на бранда като цяло. Акцент ще бъде даден на някои специални аспекти на брандинга на дестинацията (които са различни от тези на продуктовия брандинг). Основни понятия от сферата на управление на бранда ще бъдат анализирани (пр. популярност на бранда, консистентност, предложения за продажба и др.) и ще се дискутира тяхната взаимовръзка с икономиката на преживяванията и туризма с фокус върху преживяванията.

От студентите се очаква да придобият актуални знания и разбиране по различни въпроси, извън тези, които са получили от обучението си до момента, посредством изучаване на академична литература, казуси и други образователни материали, лекционен курс и , тематични задания по проекти. Целта е да се придобие способността да се разбере концепцията за бранда на дестинацията, както и настоящите практики и бъдещи тенденции, свързани с управлението на марката.

По отношение на тази и на другите теми, се очаква студентите да могат да прилагат научно-изследователски подход по въпросите свързани с брандинга и управлението на марката (чрез проучвания, събиране и използване на материали, т.е. чрез извличане на данни и информация, селекция, организация и представяне, разбиране на принципите на брандинга и бранд мениджмънта, особено по отношение на устойчивостта и туризма с фокус към преживяванията); да изразява структурирано и аргументирано мнение (обяснявайки проблемите по аналитичен и сравнителен начин, използвайки придобитите знания); и да формулират нови идеи и предложения (давайки обяснение и комбинирайки знания), както и да използват знанията си за по-нататъшни изследвания.

Темата акцентира и развива следните умения и способности:

- Извличане, анализ и синтез на данни и информация чрез използване на съответните технологии (където е приложимо)
- Адаптиране към нови условия
- Лично израстване
- Работа в интердисциплинарна среда
- Генериране на нови изследователски идеи
- Уважение към чуждото мнение и насърчаване на мултикултуризма
- Насърчаване на свободното, творческо и индуктивно познание

#### Резултати от обучението

След завършването на темата (под модула), обучаваният трябва да може да:

- Има добро разбиране за концепцията „брандинг на дестинацията”
- Разбира подходите, принципите и еволюцията на дестинационния бранд
- Промее разликата между брандинг и маркетинг на дестинацията
- Анализира инструментите и методологиите, използвани в брандинга на

дестинацията

- Дискутира концепцията за управление на бранда
- Проумее важността и значението на управлението на марката
- Получи по-задълбочени познания относно управлението на бранда в туристическия сектор
- Разбере взаимовръзката между брендинг и маркетинг на дестинацията, управлението на марката и туризма с фокус върху преживяването

Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

• **Учебни казуси**

Студентите обсъждат и анализират реални казуси. От тях може да се изисква да предоставят решения или мнения по реални или измислени проблеми.

• **Видео материал, най-вече казуси**

Подходящи видео казуси или видеоклипове, които обясняват или представят конкретни теми и могат да бъдат използвани, за да помогнат на учениците да разберат по-добре някои от ключовите понятия в темата

• **Въпроси за дискусия**

Кратки въпроси, предназначени да подбудят дискусия по конкретна тема и участие от страна на студентите

• **Дебат**

По-дълги дискусии, обичайно слез завършване цялостна теоретична концепция или в края на лекцията, където студентите обсъждат конкретни въпроси (или казуси) като от тях се очаква да предоставят аргументи, свързани с целите на обучението.

• **Домашна работа/ Задание**

На студентите се дава задача да се подготвят за следващия урок. Тя обикновено включва малко

- **Редовно посещение и активно участие в дискусиите и дебатите**
- **Тест със затворени въпроси**
- **Писмено задание или групов проект**

количество четене и изследване с възможност за кратко представяне на резултатите в час

- **Групов проект**

Като алтернатива на индивидуалните задачи, студентите могат да получат групов проект, които изисква сътрудничество и работа в екип. Тази задача може да включва и кратко представяне пред цялата група.

Примерно съдържание на темата

## **I. Занимания в клас**

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса. Студентите ще участват в дискутирането на различни теми, свързани с обучението. От тях се очаква да бъдат активни при решаване на групови задачи и дейности в клас. Те трябва да представят аргументи за своята гледна точка въз основа на учебния материал, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и нападки трябва да се избягват.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата на разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически,



социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изявени професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

### **Тема 1: Брандинг на дестинацията (семинар, 1 час)**

- 1.1. Брандинг на дестинацията:** дефиниция, основни параметри и ключови въпроси
- 1.2. Еволюцията на брандинга на дестинацията:** подходи, теории и еволюция на дестинационния брандинг
- 1.3. Принципи на брандинга на дестинацията** отличителност, автентичност, пресъздаване и др.
- 1.4. Типология на дестинационния брандинг:** бранд на дестинацията, бранд на страната, национален бранд и др.
- 1.5. Брандинг на дестинацията и маркетинг на дестинацията:** прилики и разлики
- 1.6. Брандинг на дестинацията:** инструментариум, изграждане и комуникация
- 1.7. Негативен брандинг на дестинацията:** промяна на негативен имидж чрез успешни брандингови стратегии

### **Тема 2: Управление на бранда (семинар, 1 час)**

- 1.1. Управление на бранда:** дефиниция, основни параметри и ключови въпроси
- 1.2. Основи на управлението на бранда:** създаване, идентичност, лоялност, позициониране, одит и др.
- 1.3. Изграждане на успешна марка: стратегии,** инструменти и най-добри практики за създаване на конкурентно предимство чрез брандинг и управление на марката
- 1.4. Управление на бранда и социални медии:** ролята на социалните медии в трансформацията на марката и бранд мениджмънта
- 1.5. Управление на марката в сектора на хотелиерството и туризма:** настоящи практики и бъдещи тенденции, предизвикателства и иновативни стратегии за брандинг
- 1.6. Управление на бранда като средство за устойчиво развитие на туризма:**

бранда като инструменти за промяна. Устойчив бранд и бранд за устойчивост

### **Тема 3: Мини семинар за брандинга на дестинацията и управление на бранда (1 час)**

Учениците / обучаваните ще работят на групи, като обсъждат теми, свързани с въпросите, дискутирани в класа. Указание: да се вземе решение за брандинг / брандинг на дестинацията (представено в казус) или дискусия

#### **II. Дейности за самостоятелно обучение**

##### **1. Тема 1: Брандинг на дестинацията (2 часа)**

###### **1. Препоръчителни видео материали и други онлайн ресурси**

Ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да дадат възможност на студентите да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

###### **2. Препоръчителна литература**

На обучаемите ще бъдат препоръчани малък брой подбрани книги и / или статии, които ще им помогнат да задълбочат знанията и разбирането си по дискутираните теми в клас.

###### **3. Задание**

На студентите ще бъде дадена задача, която да бъде подготвена за следващия урок. Задачата ще бъде или индивидуална, или групова (по избор на студент) и може да включва изследване, оценка и препоръки за реален казус.

##### **2. Тема 2: Управление на бранда (2 часа)**

###### **1. Препоръчителни видео материали и други онлайн ресурси**

Ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да дадат възможност на студентите да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

###### **2. Препоръчителна литература**

На обучаемите ще бъдат препоръчани малък брой подбрани книги и / или статии, които ще им помогнат да задълбочат знанията и разбирането си по дискутираните теми в клас.

###### **3. Задание:**

От студентите ще се очаква да намерят, анализират и представят няколко практически примери (за предпочитане локални), които да са свързани по някакъв начин с концепцията

за КСО и устойчивото развитие. Разработката трябва да включва анализ на ключовите лица и главните фигури, предимства и недостатъци, пречки, политики и други въпроси, свързани с темата.

### **Тема 3: Мини семинар за брандинга на дестинацията и управление на бранда (1 час)**

#### **1. Препоръчителни видео материали и други онлайн ресурси**

Ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да дадат възможност на студентите да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

#### **2. Препоръчителна литература**

На обучаемите ще бъдат препоръчани малък брой подобрани книги и / или статии, които ще им помогнат да задълбочат знанията и разбирането си по дискутираните теми в клас.

#### **3. Задание:**

От студентите ще се очаква да намерят данни за местен (регионален или национален) казус за нова брандинг инициатива (или за ре-брандинг) в туристическия сектор. Те ще трябва да представят информация за стратегии, иновации, методи и инструментариум, предизвикателства, успехи и провали, които са свързани с брандинга и бранд мениджмънта. Ще могат да избират между предприятие и дестинация.

Студентите трябва да направят кратка презентация и да я представят пред класа. Може да се използва примерен шаблон за оформянето на казуса и презентацията.

### **Ресурси**

#### **Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

#### **Обзавеждане и оборудване:**

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

**Учебни ресурси:**

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

**Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

**Задължителна и препоръчителна литература**

**Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

**Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)**

- Ashworth, G. (2009). The Instruments of Place Branding: How is it Done? *European Spatial Research and Policy*, 16(1), pp. 9-22.
- Ashworth, G. and Kavaratzis, M. (2010). *Towards Effective Place Brand Management: Branding European Cities and Regions*. Cheltenham: Edward Edgar.
- Boisen, M. et al. (2018). Reframing Place Promotion, Place Marketing and Place Branding – Moving Beyond Conceptual Confusion. *Cities*, 80, pp. 4-11.
- Damjanovic, V., Kravic, M. and Razek, T. (2009). Tourism Branding Strategy of the Mediterranean Region, *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, 2(1), pp. 99-120.
- Deffner, A. (2005), Theme Places, In: R. Caves, ed., *Encyclopedia of the City*, London: Routledge, pp. 454-455.
- Deffner, A. and Labrianidis, L. (2005). Planning Culture and Time in a Mega Event: Thessaloniki as the European City of Culture, 1997. *International Planning Studies*, 10, 3-4, pp. 241-264.
- Foroudi, P. et al. (2016). A Framework of Place Branding, Place Image, and Place Reputation: Antecedents and Moderators. *Qualitative Market Research*, 19(2), pp. 241-264.
- Govers, R. and Go, F. (2009). *Place Branding*. New York: Palgrave Macmillan.



- Grubor, A. and Milovano, O. (2017). Brand Strategies in the Era of Sustainability. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 15(1), pp. 78-88.
- Hankinson, G. (2015). Rethinking the Place Branding Construct. In: M. Kavaratzis et al., eds., *Rethinking Place Branding*. Springer.
- Heding, T., Knudtzen, C. and Bjerre, M. (2009). *Brand Management: Research, Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Karachalis, N. and Deffner, A. (2012). Rethinking the Connection Between Creative Clusters and City Branding: the Cultural Axis of Piraeus Street in Athens. *Quaestiones Geographicae*, 31(4), pp. 87-97.
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 4<sup>th</sup> ed., Pearson Education.
- Kwun, D. (2012). Brand Management in the Hospitality Industry. *Journal of Tourism & Hospitality*, 1(1).
- Neven, S. (2014). Branding Strategy for Specialized Tourist Product. *Advances in Management*, 7(1).
- Nykiel, R. (2007). *Handbook of Marketing Research Methodologies For Hospitality and Tourism*. Binghampton: The Haworth Hospitality and Tourism Press.
- Seric, N. and Marcovic, S. (2011). Brand Management in the Practice of Cross-Border Tourist Destinations. *Academica Touristica*, 4 (2), pp. 89-99.
- Tiwari, A. and Bose, S. (2013). Place Branding: A Review of Literature. *APJRB*, 4(3), pp. 15-24.
- Vela, J. (2013). Place Branding: A Conceptual and Theoretical Framework, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 62, pp. 467-471.

#### **Препоръчителна литература и източници (национални)**

- Трендафилов Д. (2017), Семиотични изследвания на търговската марка: Инструменти, анализи и резултати, Нов български университет
- Маринова Н. (2017), Международен маркетинг, Нов български университет
- Менчева Л. (2003), Рекламна политика, Нов български университет
- Маринов Р. (2012), Интерактивни стратегически комуникации, Нов български университет
- Узунова М., Ефтимова Н., Дончева Т. (2007), Маркетинг в туризма, Дионис
- Станкова М. (2009), Ресурна осигуреност на туристическата дестинация, ЮЗУ

Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Устойчивост в туризма (Туристическите предприятия)</b>	M2	Социална устойчивост <sup>36</sup>	T7
Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
Анотация на темата			
<p>Темата разглежда въпроси, свързани със социалната устойчивост в туризма и положителното и отрицателно въздействие на туристическите и хотелиерски предприятия върху местното население, човешките ресурси и обществото като цяло. Преразглеждат се принципите на социалната устойчивост и се очертава тяхната роля за създаване на социални ползи. Специално внимание се обръща на концепцията за справедлив труд, включително справедливо разпределение на приходите, равенство между половете, експлоатация на деца, предоставяне на здравословни и благоприятни условия на труд, несъответствия между жизнения стандарт на богатите туристи, сравнени с нископлатените служители в обслужващият сектор и местното население като цяло.</p> <p>Резултатите от обучението се подкрепят чрез казуси и онлайн дискусии.</p>			
Учебни цели			
<p>Темата има за цел да:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определи социалната устойчивост: концепции, обхват, принципи и основни предизвикателства</li> <li>- Анализира проблемите на социалната устойчивост през погледа на различните ключови заинтересовани страни</li> <li>- Изследва положителното и отрицателното социално въздействие на конкретни</li> </ul>			

<sup>36</sup> Тази тема е разработена от Асоциацията за кулинарни изкуства и гостоприемство.

туристически индустрии (като гостоприемство, транспорт, туристическа индустрия, увеселителни паркове, управление на събития, туристически агенции и туроператори) и съответните туристически предприятия

- Определи стратегиите за смекчаване на негативите и подобряване на положителното въздействие на туризма в рамките на социалната устойчивост
- Направи оценка и мониторинг на показателите за социално устойчиво развитие.
- Предостави разбиране за ролята на международните инициативи и организации в подкрепа на развитието на социалния устойчив туризъм.
- Обсъди въпросите, свързани с политиката и планирането на туризма, като инструмент за развитие на устойчив социален туризъм
- Представа местни и международни казуси, които показват най-добри практики в областта на устойчивия и справедлив туризъм
- Съпостави и сравни отговорни и безотговорни практики на предприятия от сектора на туризма и гостоприемството
- Демонстрира иновативни решения и нови технологии за запазване и опазване на културното и историческото наследство, както и подобряване на общото благоденствие на заинтересованите страни

### Резултати от обучението

След завършване на темата (под модула) студентът / стажантът трябва да може да:

- Определя и характеризира устойчиви социални проблеми и предизвикателства, свързани с туризма и гостоприемството
- Очертае положителните и отрицателните социални въздействия на туристическите предприятия
- Интегрира принципите на социалната устойчивост в дискусиите по казусите и учебните проекти и задания
- Придобие разбиране на принципа и практиката на справедливия и отговорен туризъм
- Анализира ролята на различните заинтересовани страни, тяхното въздействие, значението, перспективата и механизма на участие (например туристи, местни общности, туристически фирми, НПО, държавни организации, международни асоциации и т.н.)
- Анализира добрите практики за социално отговорен туризъм
- Оцени туристическите предприятия и тяхното представяне предвид тяхното социално въздействие
- Разгледа различни инструменти и механизми за управление на компаниите, атракциите и дестинациите в рамките на социално устойчивия туризъм
- Развие способности и умения свързани с ползотворна съвместна и ефективна работа в екипна среда

- Разработи различни компетенции като: ориентиране в ситуацията, събиране на информация, способност за анализ творчество и логическо мислене, междуличностни умения, социална компетентност, адаптивност, онлайн дискусии и др.
- Придобие познания за механизмите за намаляване на отрицателните социални въздействия от дейността на туристическите предприятия, в частност тези, които се отнасят до местното население и човешките ресурси.

#### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за оценяване

- **Казуси с добри практики**

<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>

- **Видео казуси**

- **Филми и видео клипове**

- **Дискусии и дебати**

- **Онлайн дискусии**

- **Писмени доклади и есета**

- **Игри/Симулации**

<https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/simulations/Pages/Sustainability.aspx>

- **Тест със затворени въпроси**

- **Писмено задание**

#### Примерно съдържание на темата

##### **I. Занятия в клас**

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват



на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса. Студентите ще участват в дискутирането на различни теми, свързани с обучението. От тях се очаква да бъдат активни при решаване на групови задачи и дейности в клас. Те трябва да представят аргументи за своята гледна точка въз основа на учебния материал, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и нападки трябва да се избягват.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата на разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изяви професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

**Тема 1: Въведение и принципи на социалната устойчивост. Положително и отрицателно социално въздействие на туризма върху местните общности (семинар, 2 часа)**

**1.1. Въведение и принципи на социалната устойчивост**

- Основни понятия и дефиниции, принципите, исторически контекст и развитие
- Индивидуално и обществено благополучие, социален капитал
- Социална стабилност и сигурност
- Устойчивост, социална уязвимост и адаптивен капацитет на социалните

системи

- Власт: политическо представителство, участие на гражданите в процесите на вземане на решения, обществена съпротива и натиск срещу проекти и процеси на планиране
- Справедливо разпределение на блага: управление на ресурсите, справедливо разпределение на приходите, облекчаване на бедността
- Култура и познаване на местните особености и ролята им за поддържането на устойчиви системи

### **1.2. Положително въздействие на туризма върху местните общности**

- Опазване на обичаите, традициите, обредите и културното наследство
- Социално-културно зачитане, разбирателство и мир
- Образование и културен обмен
- Подобрена местна и национална гордост

### **1.3. Отрицателно социално въздействие на туризма**

- Въпроси свързани със здравето и безопасността както за туристите, така и за местните жители
- Престъпност и криминални практики, свързани с развитието на туризма
- Тероризмът и неговото въздействие върху туризма
- Историческо наследство, култура, религия и свети места и обекти като стока за продан за туристите
- Фалшива автентичност (загуба на автентичност, постановка, промяна на автентичното наследство с оглед търсенето и удобство на туристическото потребление
- Стандартизация (загуба на културна идентичност)
- Поведенчески проблеми и несъответствия между богатите туристи и бедните работници и местно население

## **Тема 2: Етични проблеми и справедлив труд в туризма и гостоприемството. Социална политика и планиране на устойчивостта (семинар, 1 час)**

### **1.1. Етични въпроси в туризма и гостоприемството: (например сивата икономика, злоупотреба с наркотици, проституция, експлоатация на детски труд и т.н.)**

### **1.2. Справедливи трудови отношения в туризма и гостоприемството**

- Безопасни и здравословни условия на труд
- Използване на децата като нископлатена работна ръка в туризма
- Полово неравенство
- Справедливо разпределение на приходите
- Въпрос свързани с подбор на персонал, възможности за кариерно развитие и

високото текучество в туризма

### **1.3. Планиране, политики и стратегии за социално устойчив туризъм**

- Ролята на местните, регионални, национални и международни организации за планиране и развитие на устойчив туризъм
- Инициативи и проекти за устойчиво развитие на туризма
- Измерване на резултатите от политиката за социална устойчивост: показатели за успех

#### **1.1. Най-добри практики в социалната устойчивост, свързани с туризма и гостоприемството**

## **II. Самостоятелна учебна дейност**

**Тема 1: Въведение и принципи на социалната устойчивост. Положително и отрицателно социално въздействие на туризма върху местните общности (4 часа)**

### **1. Онлайн форуми и дискусии**

Студентите / обучаемите се очаква да участват в онлайн дискуссионни форуми, свързани с различни въпроси на социалната устойчивост в туризма и гостоприемството. Дискусиите се провеждат на онлайн платформа (като Collaborate Classroom, Chalkup, Backchannel Chat, Blackboard и т.н.) или чрез социални медии (като Twitter, Facebook група и др.). Инструкторът модерира дискусиите. Съдържанието се предоставя от обучаемия и учителя и се основава на личен опит и мнение, уеб базирани ресурси, казуси, книги, статии и интернет сайтове. Онлайн приносът на всеки студент се оценява на базата на качеството и честотата на публикациите, връзката с темата, силата на аргументите, дълбочината на коментарите и цялостното представяне.

*Примерни теми свързани с учебния материал и подходящи за онлайн дискусии:*

- Как принципите на социалната устойчивост се прилагат за дадена страна (регион)? Обсъдете и дайте съответните примери
- Защо социалната устойчивост е важна за развитието на съвременното общество?
- Как развитието на туризма може да окаже въздействие върху социалната устойчивост (примери за положителни и отрицателни въздействия)?
- Дайте примери и обсъдете както положителното, така и отрицателното влияние на туризма върху местните общности по отношение на културата, образованието, здравеопазването, националната (местната) гордост и удовлетвореност, поведенчески модели, ценности и традиции?
- Обсъдете последните новини, свързани с темата. Очертайте социалните аспекти свързани с тях и изложете своите аргументи, заключения и мнения ,

подкрепени със солидни доказателства и факти

- Дискутирайте актуални въпроси в областта на туризма и гостоприемството. Как те се отразява на местното население и на обществото като цяло? Дайте предложения за решаване на наболели проблеми и за неутрализиране на отрицателните въздействия

## 2. Учебни казуси

Учебният материал е онагледен с примери от най-добри практики в бранша на национално и местно ниво. От студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа в резюме, но достатъчно изчерпателно. Трябва да се събере подкрепяща информация, която да позволи на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния случай в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

*Примери:*

*а) Международен фестивал на народните носии в Жеравна*

Източник: [http://database.helix-](http://database.helix-balkanmed.eu/static/uploads/International_Festival_of_Folklore_Costume_in_Zheravna_.pdf)

[balkanmed.eu/static/uploads/International Festival of Folklore Costume in Zheravna .pdf](http://database.helix-balkanmed.eu/static/uploads/International_Festival_of_Folklore_Costume_in_Zheravna_.pdf)

*Въпроси за дискусия:*

1. Как туризмът съдейства за запазване на националните и местните традиции, ритуали и културно-историческо наследство? Обсъдете.
2. Смятате ли, че такива събития биха могли да насърчат националната гордост и удовлетворение на местното население?
3. Какви са положителните социални последици от събитието? Има ли някакви негативни въздействия, според вас?
4. Какви са социалните иновации, прилагани в този конкретен случай?
5. Може ли тази добра практика да се прехвърли в различен контекст (например друг регион, върху събитие с друга тема и фокус и т.н.)?

*б) Ходещите по огън на Остров Бея, Фуджи*

Източник: <https://www.youtube.com/watch?v=uLr1DytzaWo>

Гледайте видеоклипа от горе посочения линк. Проучете повече информация за този ритуал. Обсъдете следните въпроси, като представите аргументирано мнение

1. Какъв е произходът и историческият контекст на този ритуал?
2. Как туризмът използва този ритуал за целите си? Дайте аргументи както за положителните, така и за отрицателните въздействия.
3. Обсъдете термините "наследството, културата и религията като стока за продажба" и "фалшива автентичност" и как те биха могли да бъдат приложени към дадения пример.
4. Потърсете подобни примери във вашата страна (например "нестинарство" в България) и



ги обсъдете, като отговорите на горепосочените въпроси.

## **Тема 2: Етични проблеми и справедлив труд в туризма и гостоприемството. Социална политика и планиране на устойчивостта (2 часа)**

### **1. Онлайн дискусия**

А) Обсъдете онлайн текущ въпрос в областта на туризма и гостоприемството и как правителството или съответните власти са се справили с него. Дайте аргументите си за и против националната (или местната) политика и планиране в туризма, които регулират проблемите на социалната устойчивост.

Б) Обсъдете законодателната рамка свързана с труда и трудовата заетост, и как тя оказва негативно и положително въздействие върху развитието на туризма

В) Какво е вашето отношение към туризма като работодател? Предлага ли добри възможности за кариерно развитие? Какво трябва да се направи, за да стане индустрията по-привлекателна за младите и високообразовани хора?

### **2. Дискусия**

Прочетете Глобалния етичен кодекс по туризъм, издаден от Световната туристическа организация:

(<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/gcetbrochureglobalcodeen.pdf>)

Обсъдете основните теми и проблеми в него. Дайте примери за неетични практики, свързани с туризма и гостоприемството, и какви са възможните решения (от гледната точка на различните заинтересовани страни).

### **3. Онлайн игри / симулации**

Онлайн игрите (симулации) дават платформа за тестване на знания и утвърждаване на теоретични концепции по интерактивен и забавен начин. Симулациите осигуряват възможност на студентите да се ангажират с учебния материал по новаторски начин и да, намерят и изпробват различни решения за дадено предизвикателство или проблем.

*Пример:*

**Световната енергия:** Игра за симулиране на стратегическо планиране по въпросите на енергетиката и климатичните промени

<https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/simulations/worldenergy/Pages/default.aspx>

„Световната енергия” е симулация на ролева игра, където участниците изпробват съвкупност от политики и стратегии, с които биха могли да противодействат на изменението на климата. Участниците се разделят на групи, които представляват бизнеса, гражданското общество и правителствени лидери от различни сектори. Тяхна задача е да планират и поемат ангажимент за конкретни действия, които ще ограничат изменението на климата до 2 градуса по Целзий. Участниците обсъждат, преговарят и изпробват възможни

мерки като прилагане на субсидии, таксуване на въглеродните емисии и въвеждане на технологии за енергийна ефективност за намаляване на емисиите на парникови газове. Предложенията се тестват, като се използва енергийния и финансов симулатор En-ROADS. „Световната енергия“ дава възможност на участниците да проучат въздействията на предложените политики и стратегии, които са в унисон с последните научно-изследователски открития.

#### **4. Учебно пътуване**

Учебните пътувания включват посещение на туристически обекти, предприятия или регулаторни органи, в сектора на туризма и гостоприемството. Обичайно посещенията трябва да предоставят възможност на студентите за наблюдаване, проучване и среща с хора (професионалисти и експерти по туризъм и гостоприемство), които биха могли да им помогнат в учебния процес. Целта на пътуването е да спечелят ценен опит извън класната стая в реална работна среда. Посещението трябва да бъде организирано от инструктора/лектора и да бъде структурирано своевременно и ефективно, така че ползите да са максимални. За предпочитане е също така да се даде възможност за учене чрез практика, където студентите могат да прилагат теоретични знания в реална бизнес среда.

Предложения за учебни пътувания:

- А) Посещение в предприятие от сектора на гостоприемството (хотел, ресторант и др.) И обсъждане с мениджърите (собствениците) на социалните аспекти на свързаната с туризма заетост. Например какви са основните предизвикателства и трудности в работата в туристическата индустрия (дълги работни часове, ненормиран труд, физически и психологически стрес, сезонност, опасност за здраве и сигурност на служителите, липса на кариерен растеж, високо текучество и пр.)
- Б) Посетете местен или национален властимащ орган в областта на туризма (напр. Община, туристически център или Министерство на туризма). Дискутирайте с експерти, актуалните социални въпроси, свързани с развитието на туризма. Какви решения предлага съответната инстанция? Какви са нормативите/ законите / наредбите, които регулират социалните аспекти на туризма и гостоприемството?

#### **5. Писмен доклад**

Докладите се изготвят индивидуално или в група и следват конкретните спецификации и изисквания.

Пример: *„Дали светините са за продан“?*

"Туризмът стига до там, където не би трябвало. Той продава свещени земи, свещени знания и предания, свещени церемониални места и светини." (Johnston, 2006)

"Дали туристите разрушават нещата, на които се възхищават?" (Джордж, 2004)

### **Задание**

Напишете доклад, обсъждащ спорни въпроси за различните социални въздействия на туризма (напр. въздействие върху местно и туземно население, фалшива автентичност, продаване на културата, наследство, околна среда, традиционни и религиозни ценности). Подкрепете мнението си с преглед на съответната академична литература и други популярни източници (вестници, уеб сайтове, личен опит и др.). Дайте примери и предложете възможни решения за устойчиво развитие.

### **Формат**

Индивидуален писмен доклад от 1000 до 1500 думи със следната структура:

- Въведение / Изложение на проблема
- Теоретичен анализ на избрания проблем- критичен анализ на най-малко 5 публикации. Обсъдете какво е спорно, актуално и нерешено по темата от теоретична гледна точка
- Практическо проявление на проблема- примери и предложения за решения
- Заключение - вашето мнение по въпроса, прогнози за бъдещо развитие, обобщение на резултатите и изводите

### **Ресурси**

#### **Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

#### **Обзавеждане и оборудване:**

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

#### **Учебни ресурси:**

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание

- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

**Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

**Задължителна и препоръчителна литература**

**Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

**Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)**

- Bamford, B. (2006). *Small Business Management: A Frame work for Success*. Thomson-SouthWestern.
- Baker, S. (2006). *Sustainable Development*. London and New York: Routledge.
- Bellon, B. and Whittington, G. (1996). *Competing Through Innovation – Essential Strategies for Small and Medium Sized Firms*. Prentice Hall.
- Belz, F. and Peatti, K. (2009). *Sustainability Marketing a Global Perspective*. Wiley.
- Bricker, K., Black, R. and Cottrell, S. (2013). *Sustainable Tourism and the Millennium Development Goals*. Burlington: Johns and Bartlett Learning.
- Butcher, J. (2007). *Ecotourism, NGOs and Development*. London and New York: Routledge.
- Butler, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle*. Channel View Publications.
- Costa, C., Paniyk, E. and Buhalis, D. (2013). *European Tourism Planning and Organizational Systems*. Channel View Publications.
- Drumm, A. et al. (2004). *Ecotourism Development – A Manual for Conservation Planners and Managers*. Vol. II. The Business of Ecotourism Management and Development.
- Edgell, D. (2006). *Managing Sustainable Tourism*. Haworth Hospitality Press.
- Fennell, D. (2008). *Ecotourism*. 3rd ed. London and New York: Routledge.
- Goeldner, C. and Ritchie, J. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 12th ed. Wiley.
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Gunn, C. (2002). *Tourism Planning: Basic, Concepts, Case*. 4<sup>th</sup> ed. London and New York: Routledge.
- Hall, C. and Lew, A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. London and New York: Routledge.
- Hall, C. and Lew, A. (1998). *Sustainable Tourism. A Geographical Perspective*. Essex: Prentice Hall.



- Harris, R. (ed.) (2002). *Sustainable Tourism. A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Holden, A. (2000). *Environment and Tourism*. London and New York: Routledge.
- Honey, M. (2010). *Ecotourism and Sustainable Development*. Island Press.
- Jafari, J. (1987). Tourism Models: the Socio-Cultural Aspects. *Tourism Management*, (8), 2, pp. 151- 159.
- Jandala, C. (2008). *Marketing and Management of Tourism in Natural Protected Areas*. ITACA.
- Laing, J. and Frost, W. (2014). *Explorer, Travelers and Adventure Tourism*. Bristol-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
- Lindberg, K., Epler-Wood, M. and Engeldrum, D.(eds.) (1998). *Ecotourism, A Guide for Planners and Managers*, Vol.2. Nort Bennington: The Ecotourism Society.
- Lockyer, T. (2007). *The International Hotel Industry: Sustainable Management*. Oxford: Haworth Press.
- Michalko, M. (2006). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques*. 2nd Ed. Ten Speed Press.
- Miller, G. and Twinin-Ward, L. (2005). *Monitoring for a Sustainable Tourism Transition. The Challenge of Developing and Using Indicators*. Cambridge: CABI Publishing.
- Moore, P. and Palich, L. (2010). *Managing Small Business. An Entrepreneurial Emphasis*. South-Western Cengage Learning.
- Mowforth, M. and Munt, I. (2009). Defining the New Tourism. *Tourism & Sustainability*. Routledge: London, pp. 98-109.
- Newsome, D., Moore, S. and Dowling, R.(2012). *The Nature Conservancy, Natural Area Tourism. Ecology, Impacts and Management*. Channel View Publications.
- Page, S.and Connell, J. (2006). *Tourism a Modern Synthesis*. 2nd ed. London: Thomson.
- Page, S. and Dowling, R. (2002). *Ecotourism*. Essex: Prentice Hall.
- Rayn, H. (2009). *Small Business. An Entrepreneur's Business Plan*, South-Western Cengage Learning.
- Rutherford, D. and O'Fallon, M. (2007). *Hotel Management and Operations*. Wiley.
- Strange, T. and Bayley, A. (2008). *Sustainable Development. Linking Economy, Society, Environment*. Paris: OECD.
- Strasdas, W. (2013). Ecotourism and the Challenge of Climate Change: Vulnerability, Responsibility, and Mitigation Strategies. In: K. Bricker, R. Black, and S. Cottrell, eds., *Sustainable Tourism and the Millenium Development Goals: Effecting Positive Change*, pp. 209-230.
- Swarbrooke, J. (2005). *Sustainable Tourism Management*. Cambridge: CABI Publishing.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing.
- Weaver, D. (2007). *Ecotourism*. Wiley.
- Weaver, D. (2012). *Sustainable Tourism*. Elsevier.
- Weaver, D. and Lawton, L. (2014). *Tourism Management*. Wiley.
- Weaver, D. (2006) *Sustainable Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

**Препоръчителна литература и източници (национални)**

- Байков Б., Найденов Я. (2011), Екология в туризма, ФорКом
- Био Артис ЕООД (2007), Наръчник на предприемача в сектор „Туризм“, туристическо сдружение Каварна
- Воденска М. (2010), Основи на туризма, Матком
- Воденска М., Асенова М. (2010), Въведение в туризма, Матком
- Димитрова М. (2018), Въведение в социалното предприемачество, Матадор 74
- Емилова И., Великова Е. (2016), Въведение в туризма, Нов български университет
- Нешков М., Казанджиева В. (2007), Икономика на туристическата фирма, Нов български университет
- Плачкова М., Пенева П., Райчев Р. (2008), Мениджмънт в туризма, Дионис
- Рафаилова Г., Кадиева С., Кожухарова Л., Янчева К., Кръстева А., Поляков С. (2012), Специализирани видове туризъм, издателство „Наука и икономика“, Икономически университет, Варна
- Рибов М. (2005), Конкурентни стратегии в туризма, Тракия М
- Рибов М. (2005), Стратегическият избор в туризма, Тракия М
- Станкова М. (2008), Диверсификационни стратегии в туризма, ЮЗУ Неофит Рилски
- Станкова М. (2010), Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация, ЮЗУ Неофит Рилски
- Тончева Т. (2009), Природоползване в туризма, УИ Стопанство, София

Заглавие на модула	Код на модула
<b>Предприемачество</b>	М3
<b>Общ преглед на модула</b>	
<p>Този модул се състои от 6 теми, които се фокусират върху предприемачеството в туризма и гостоприемството. Устойчивостта се въвежда в практиката само когато става част от предприемаческата култура в рамките на една фирма или предприятие. Това на теория е начинът , по който компаниите възприемат курс към устойчиво управление. Практическата промяна в поведението на фирмите обаче се случва, когато стратегическото управление провокира радикална промяна в нагласите, начините на работа, методите и условията, прилагани в традиционния бизнес. Ето защо този модул разглежда връзката между предприемачеството и устойчивостта, свързаните с него процеси на планиране и управлението на бизнес операциите, както и социалната отговорност в туризма и гостоприемството.</p>	

Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Предприемачество</b>	М3	Въведение в предприемачеството 37	Т8
<b>Методи за обучение и преподаване</b>			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>

<sup>37</sup> Тази тема е разработена от Асоциацията за кулинарни изкуства и гостоприемство.

Тип на модула	Изисквания
Теоретичен и практичен	Общи за целия курс
<b>Анотация на темата</b>	
<p>Предприемачеството е бизнес процес, при който се създава ново предприятие, осигуряват се ресурсите и се организира работата му, за да може то да се развива и просперира. Предприемачът е лице, което създава бизнес организация, компания или инициатива, която има за цел да постигне положителни икономически и / или социални резултати като финансова печалба, създаване на работни места, проникване на пазара и растеж, положителен социален резултат за определена група хора и обществото като цяло.</p> <p>Темата представлява общ преглед върху процесите свързани с планирането и стартирането на бизнес инициатива. Обучаемите научават как да генерират бизнес идеи; да създават бизнес план, да формулират мисия и визия; и да организират маркетинга и рекламата на новосъздадената фирма. Те се запознават с характеристиките на успешните предприемачи, плюсовете и минусите на това работата на свободна практика, как да привличат инвеститори и да управляват разходите.</p> <p>От студентите се очаква да генерират идея и да съставят бизнес план за ново предприятие за устойчив туризъм. Засегнатите въпроси в темата включват финансирането на бизнес; разходи и ценообразуване, счетоводство; финансово отчитане; ролята на правителството в бизнеса; законодателна рамка; анализ на конкурентите, продажби, маркетинг и дистрибуция на продуктите и успешно управление на туристическото предприятие.</p> <p>Студентите ще упражнят компетенциите свързани с предприемачество чрез казуси, творческо решаване на проблеми и упражнения, насочени към самостоятелно развитие.</p>	
<b>Учебни цели</b>	
<p>Темата цели да:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Даде дефиниция на предприемачеството, предприемача и предприемаческата инициатива</li> <li>- Очертае важното роля на предприемачеството и малкия бизнес за икономиката</li> <li>- Обсъди спецификата на предприемачеството в туризма и свързаните с гостоприемството индустрии</li> <li>- Определи ключовите участници и заинтересовани страни в предприемачеството в областта на туризма и анализира тяхното въздействие и взаимоотношенията между тях</li> <li>- Въведе концепции и инструменти за бизнес планиране, управление и маркетинг на туристическото предприятие</li> <li>- Направи преглед на социално-културните, екологичните и икономическите измерения на туристическите предприятия</li> </ul>	



- Представи и обсъди на най-добрите практики и инициативите за предприемачество в областта на туризма и гостоприемството както на местно, така и на международно равнище.

### Резултати от обучението

След завършване на темата (под модула) студентът / обучаемият трябва да може:

- Концептуализира понятия свързани с предприемачество
- Опише и анализира предприемаческия процес, правната рамка, заинтересованите страни и принципите в контекста на свързаните с туризма отрасли
- Участва в стратегическото планиране
- Организира и управлява малък бизнес
- Придобие разбиране за финансово планиране и контрол, данъчното облагане, отчетността, управлението на приходите и т.н.
- Обсъди въпроси, свързани с човешките ресурси, при създаване на МСП в областта на туризма и гостоприемството
- Анализира различни маркетингови, дистрибуционни и промоционални стратегии и възможности при създаване на ново туристическо предприятие
- Очертае най-добрите практики в бранша и проучи дали и как те биха могли да бъдат приложени в различни среди и социални условия
- Поеме инициатива за генериране на бизнес идеи и създаване на бизнес план за стартиране на нова фирма в областта на туризма и гостоприемството

### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

- **Казуси с добри практики**  
<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>
- **Видео казуси**  
[https://www.youtube.com/watch?v=qJyU5RqS\\_rk](https://www.youtube.com/watch?v=qJyU5RqS_rk)
- **Създаване на бизнес план**
- **Четене на допълнителна литература**
- **Въпроси за дискусия**
- **Дебати**

Методи за директно оценяване

- **Тест със затворени въпроси**
- **Писмено задание**
- **Групово задание:** Генериране на устойчива бизнес идея свързана с туризма и гостоприемството

- **Работни пътувания**
- **Писмени доклади и есета**
- **Игри/симулации**

<https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/simulations/Pages/Sustainability.aspx>

### Примерно съдържание на темата

#### I. Занятия в клас

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса.

- **Дебати и дискусии**

Студентите ще бъдат включени в обсъждането на различни теми и спорни въпроси, свързани с резултатите от обучението. От тях се очаква да подкрепят гледната си точка въз основа на учебните материали, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, идеи и понятия. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и обидно поведение трябва да се избягват и санкционират.

- **Лекционен курс**

#### **Тема 1: Въведение в предприемачеството (семинар, 1 час)**

- **Предприемачество: основни понятия и определения**

- Предприемачески начин на мислене и формулиране на стратегии
- Генериране на идеи и бизнес възможности
- Разработване на стратегия за новосформирано предприятие
- Бизнес планиране: процес, обща рамка и структура

## **Тема 2: Определяне на предприемачеството в туризма и гостоприемството(семинар, 1 час)**

- Предприемачество в туризма и гостоприемството: обща рамка и специфика на сектора
- Стартиране на МСП в туризма: правни опции и модел за всеки отделен бизнес като:
  - ✓ Хотелиерско предприятие
  - ✓ Ресторантски (хранене и кетъринг) бизнес
  - ✓ Туристическа агенция
  - ✓ Развлекателна индустрия
  - ✓ Транспортни фирми
- Създаване на бизнес план за предприятие в областта на туризма и гостоприемството
- Етични въпроси свързани с предприемачеството в туризма и гостоприемството

## **Тема 3: Групова задача (семинар, 1 час)**

Разработете нова идея за бизнес начинание в областта на туризъм и гостоприемство. Убедете класа в неговата осъществимост и потенциал за успех. Създайте SWOT анализ на бъдещата си компания. Очертайте необходимите действия за създаване на изчерпателен и надежден бизнес план (напр. Проучване на различни правни възможности за стартиране, извършване на маркетингово проучване на потенциалните клиенти, анализ на конкурентите и т.н.). Предложете средства за финансиране и изгответе предварителен бюджет за първата година от дейността на фирмата.

## **II. Самостоятелна учебна дейност**

### **1. Тема1: Въведение в предприемачеството (2 часа)**

#### **1. Анализ на видео казуси**

<https://www.youtube.com/watch?v=EvvnoNAUPS0>

[https://www.youtube.com/watch?v=qJyU5RqS\\_rk](https://www.youtube.com/watch?v=qJyU5RqS_rk)

<https://articles.bplans.com/developing-a-successful-business-plan-part-1/>

[https://www.youtube.com/watch?v=NugRZGDbPFU&feature=player\\_embedded](https://www.youtube.com/watch?v=NugRZGDbPFU&feature=player_embedded)

#### **2. Предприемачески игри онлайн**

А) Лимонаден щанд

<http://www.ae4rv.com/games/lemonade.htm>

Лимонаденият щанд е проста бизнес игра. Студентите имат 30 дни, за да ръководят малък

бизнес (щанд за лимонада) и през това време те трябва да увеличат печалбата си. Някои основни принципи на финансовото планиране, маркетинга и промоцията и ежедневните операции могат да бъдат тествани и проучени.

В) *Чисто начало: Симулация на бизнес начинание, което използва чисто гориво*  
<https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/simulations/cleanstart/Pages/default.aspx>

В тази динамична, уеб-базирана симулация, участниците играят ролята на основатели на нова стартираща компания във вълнуващия и конкурентен технологичен сектор на „чистите енергийни решения“. Те имат за цел да разработят и внедрят нови технологии за развиването на успешен бизнес. Студентите трябва да определят цените, да решат колко инженери и търговци да наемат и да разпределят приходите – за заплати, акции, опции и дивиденди. Те трябва да се стремят да спечелят клиенти и да постигнат положителна ликвидност преди да изчерпят средствата си, както и да изведат компанията си на стоковата борса. Търсеният резултат от симулацията е да се даде възможност на играчите да се справят с предизвикателствата, свързани с изграждането на стартираща компания в условията на конкурентна среда, като вземат отношения по основни въпроси като финансово-счетоводни решения, управления на човешките ресурси и т.н.

## 2. Тема 2: Определяне на предприемачеството в туризма и гостоприемството (4 часа)

### 1. Задание: Бизнес план

От студентите се изисква да разработят бизнес план за малък или среден бизнес в областта на туризма и гостоприемството, следвайки дадения по-долу шаблон:

(Източник: [http://socialventures.com.au/assets/Business\\_Planning\\_Guide\\_for\\_Social\\_Enterprise.pdf](http://socialventures.com.au/assets/Business_Planning_Guide_for_Social_Enterprise.pdf)):

- 3. Резюме:** Това е първото (и често единственото) нещо, което повечето хора ще прочетат и това е вашия неповторим шанс да направите добро първо впечатление. Целта ви е да накарате читателите си за да искат да научат повече за вашето предприятие. Този раздел трябва да е кратък, като дава бърз преглед на това, което прави предприятието ви, къде сте в момента, къде искате да отидете и как ще стигнете до там.
- 4. Бизнесът:** Тук излагате основните факти за вашата фирма - име, контакти, правен статус, дата на основаване, структура и няколко изречения, за да опишете вашата бизнес идея, вашия продукт или услуга и целите на предприятието.
- 5. PEST анализ:** Анализ на политическата, икономическата, социалната и технологичната среда, в която работи вашето предприятие. Как влияят положително и отрицателно върху вашия бизнес
- 6. Организацията:** подробности за операциите, технологиите, основните отдели и функции. Въпроси, свързани с човешките ресурси: брой персонал и управленска структура.



7. **Финанси:** източници на финансиране, прогнозен бюджет и прогнозен отчет за доходите за първите пет години от дейността.
8. **Пазарът:** В този раздел трябва да обобщите какво сте научили от вашите пазарни проучвания и анализи и след това да опишете как ще приложите това обучение във вашите маркетингова политика. Може да ви бъде от полза да го подредите в два подраздела, както следва:

**А. Анализ на пазара:**

- Кой ще купува вашите продукти или услуги
- Защо те ще купуват от вас (силните ви позиции на пазара)
- Тенденции във вашия пазар, които сте установили от изследванията
- Нива и видове конкуренция на вашия пазар
- Резултатите от всички пазарни проучвания, които сте направили
- Примери и поуки на база опита на други подобни на вашето предприятия

**Б. Маркетингова стратегия:**

- Продукт / услуга
- Ценообразуване
- Маркетинг микс
- Политика за обслужване на клиенти

**2. Казус и дискусия**

От студентите / обучаемите се изисква да проучат поне три успешни практики за ново бизнес начинание в областта на гостоприемството и туризма и да ги представят пред класа. Можете да използвате базата данни на HELIX на адрес <http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>.

От студентите / обучаемите се изисква да обсъдят следното за всеки конкретен случай:

1. Какво определя успеха на предприятието в областта на туризма / гостоприемството?
2. Какви са основните предизвикателства пред предприемачите при стартиране на нов бизнес в областта на гостоприемството и туризма?
3. Какъв е правният вариант, избран от предприемача във всеки конкретен случай? Защо?
4. Можете ли да предложите стратегия за бъдещо развитие на компанията?
5. Възможно ли е тази практика да бъде приложена за друг регион, област на дейност, правна рамка или среда?
6. Направете PESTEL и SWOT анализ за избрана туристическа / хотелиерска фирма

**Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

**Обзавеждане и оборудване:**

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

**Учебни ресурси:**

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

**Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

**Задължителна и препоръчителна литература**

**Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

**Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)**

- Bamford, B. (2006). *Small Business Management: A Framework for Success*. Thomson-SouthWestern.

- Bellon, B. and Whittington, G. (1996). *Competing Through Innovation – Essential Strategies for Small and Medium Sized Firms*. Prentice Hall.
- Bricker, K., Black, R. and Cottrell, S. (2013). *Sustainable Tourism and the Millennium Development Goals*. Burlington: Johns and Bartlett Learning.
- Butler, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle*. Channel View Publications.
- Casson, M. (2010). *Entrepreneurship. Theory. Network. History*. Edward Elgar.
- Chahine, T. (2016). *Introduction to Social Entrepreneurship*. CRC Press.
- Costa, C., Paniyk, E. and Buhalis, D. (2013). *European Tourism Planning and Organizational Systems*. Channel View Publications.
- Edgell, D. (2006). *Managing Sustainable Tourism*. Haworth Hospitality Press.
- Fayolle, A. and Matlay, H. (2010). *Handbook of Research on Social Entrepreneurship*. Edward Elgar.
- Goeldner, C. and Ritchie, J. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 12th ed. Wiley.
- Guidice, M., Perunta, M. and Carayannis, E. (2014). *Student Entrepreneurship in the Social Knowledge Economy*. Springer.
- Gunn, C. (2002). *Tourism Planning: Basic, Concepts, Case*. 4<sup>th</sup> ed. London and New York: Routledge.
- Hamper, R. (2014). *The Ultimate Guide to Strategic Marketing*. McGraw Hill Education.
- Hopkin, B. and Kirkpatrick, A. (2013). *The Law of Fundraising*. Wiley.
- Jafari, J. (1987). Tourism Models: the Socio-Cultural Aspects. *Tourism Management*, (8), 2, pp. 151- 159.
- Karnes, A. and Bean, S. (1998). *Girls and Young Women Entrepreneurs. True Stories about Starting and Running a Buisness, Plus How You Can Do it Yourself*. Free Spirit Publishing.
- Laing, J. and Frost, W. (2014). *Explorer, Travelers and Adventure Tourism*. Bristol-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
- Lee-Ross, D. and Conrad, L. (2009). *Entrepreneurship and Small Business Management in the Hospitality Industry*. Oxford: ButterworthHeinemann.
- Lockyer, T. (2007). *The International Hotel Industry: Sustainable Management*. Oxford: Haworth Press.
- Michalko, M. (2006). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques*. 2nd Ed. Ten Speed Press.
- Moore, P. and Palich, L. (2010). *Managing Small Business. An Entrepreneurial Emphasis*. South-Western Cengage Learning.
- Morrison, A., Rimmington, M. and Williams, C. (1999). *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries*. Oxford: ButterworthHeinemann.
- Mowforth, M. and Munt, I. (2009). Defining the New Tourism. *Tourism & Sustainability*. Routledge: London, pp. 98-109.
- Page, S. and Connell, J. (2006). *Tourism a Modern Synthesis*. 2nd ed. London: Thomson.
- Peris-Ortiz, M., Teulon, F. and Bonet-Fernandez, D. (2017). *Social Entrepreneurship in Profit and Non Profit Sector, Theoretical and Empirical Perspectives*. Spinger.
- Rayn, H. (2009). *Small Business. An Entrepreneur's Business Plan*, South-Western Cengage

Learning.

- Rutherford, D. and O'Fallon, M. (2007). *Hotel Management and Operations*. Wiley.
- Sargeant A. and Shang, J. (2017). *Fundraising Principle and Practice*. Wiley.
- Weaver, D. and Lawton, L. (2014). *Tourism Management*. Wiley.
- Weaver, D. (2006) *Sustainable Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

#### Препоръчителна литература и източници (**национални**)

- Био Артис ЕООД (2007), Наръчник на предприемача в сектор „Туризм“, туристическо сдружение Каварна
- Воденска М. (2010), Основи на туризма, Матком
- Воденска М., Асенова М. (2010), Въведение в туризма, Матком
- Димитрова М. (2018), Въведение в социалното предприемачество, Матадор 74
- Емилова И., Великова Е. (2016), Въведение в туризма, Нов български университет
- Нешков М., Казанджиева В. (2007), Икономика на туристическата фирма, Нов български университет
- Плачкова М., Пенева П., Райчев Р. (2008), Мениджмънт в туризма, Дионис
- Рафаилова Г., Кадиева С., Кожухарова Л., Янчева К., Кръстева А., Поляков С. (2012), Специализирани видове туризъм, издателство „Наука и икономика“, Икономически университет, Варна
- Рибов М. (2005), Конкурентни стратегии в туризма, Тракия М
- Рибов М. (2005), Стратегическият избор в туризма, Тракия М
- Станкова М. (2008), Диверсификационни стратегии в туризма, ЮЗУ Неофит Рилски



Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Предприемачество</b>	М3	Устойчивост и предприемачество <sup>38</sup>	Т9
<b>Методи за обучение и преподаване</b>			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
<b>Тип на модула</b>		<b>Изисквания</b>	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
<b>Анотация на темата</b>			
<p>Тази тема (под модул) дискутира рамката на предприемаческия процес в туризма и гостоприемството и запознава учащите се с предизвикателствата, проблемите и въпросите, пред които са изправени предприемачите, когато стартират нов бизнес. Фокусът е върху предприятията за устойчив туризъм.</p> <p>Макар че целта на повечето предприятия е свързана с оптимизиране на крайните финансови показатели като приходи, печалби и растеж, предприятията за устойчив туризъм са изправени пред предизвикателството да допринесат за създаването на работни места, опазването и съхранението на биологичното и културното многообразие. Устойчивите туристически предприятия могат да доведат до положителна промяна в нагласите на общността-домакин и да подобрят качеството на живот на хората. Те биха могли да бъдат полезни инструменти за създаване на положително въздействие върху всички заинтересовани страни, включително туристически предприятия, туристи, дестинации и общности. Инвестициите в устойчиви инициативи са особено важни в развиващите се страни, в селските региони, места с коренно население и в парковете и защитените територии, които се борят да балансират опазването на околната среда с икономически растеж и полезност за местното население.</p>			

<sup>38</sup> Тази тема е разработена от Асоциацията за кулинарни изкуства и гостоприемство.

Ето защо, темата обръща специално внимание на социалното предприемачество в туризма като двигател за социално и екологично благоденствие.

#### Учебни цели

- Темата има за цел да:
  - Очертае проблемите на устойчивостта в контекста на туризма и хотелиерството
  - Дефинира социалните предприятия и устойчиво предприемачество в туризма и гостоприемството
  - Определи ключови участници и заинтересовани страни в устойчивото туристическо предприемачество и да анализират тяхното въздействие и взаимоотношенията между тях
  - Обсъди социално-културните, екологичните и икономическите измерения на туристическите предприятия
  - Направи обзор върху положителното и отрицателно социално, екологично и икономическо въздействие на всяка конкретна индустрия, свързана с туризма и гостоприемството (като хотелиерство, транспорт, туристическа индустрия, увеселителни паркове, управление на събития, туристически агенции и туроператори)
  - Определели стратегии за смекчаване на негативните въздействия и подобряване на положителното въздействие на туристическите предприятия
  - Анализира индикаторите за мониторинг на управлението и операциите на устойчивото туристическо предприятие
  - Представи по-значимите международни, национални, регионални и местни сертификационни програми и различни видове екологични и устойчиви инициативи за свързаните с туризма предприятия и фирми
  - Представи казуси от страната и чужбина, като направи сравнителен анализ между положителни и отрицателни примери за успешни практики в областта на устойчивия туризъм и гостоприемство

#### Резултати от обучението

След завършване на темата (под модула) студентът / обучаемият трябва да може да:

- Придобие разбиране за устойчивостта като понятие и как тя се отнася до бизнеса в областта на туризма и гостоприемството
- Дискутира основни теми, свързани със социалните предприятия: причина за тяхното съществуване, различия и сходства в сравнение с традиционните фирми с нестопанска цел, специфични въпроси, свързани с процеса на

стартиране, източници на финансиране, техники за разпространение, маркетинг и управление

- Анализира принципа на "тройния резултат" и как едно устойчиво туристическо предприятие може да създаде положително икономическо, социално и екологично въздействие
- Разбере идеята на социална корпоративна отговорност
- Очертае най-добрите практики в бранша и проучи дали и как те биха могли да бъдат приложени в различна среда и социални условия
- Оpozнае процесите и процедурите за сертифициране на екологичните и устойчиви туристически предприятия
- Поеме на инициатива за създаване на бизнес идеи и ангажиране в процеса на бизнес планиране във връзка с устойчивото развитие на туризма

Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

- **Казуси**

<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>

- **Видео казуси**

[https://www.youtube.com/watch?v=qJyU5RqS\\_rk](https://www.youtube.com/watch?v=qJyU5RqS_rk)

- **Създаване на бизнес план**

- **Четене на допълнителна литература**

- **Въпроси за дискусия**

- **Дебати**

- **Работни пътувания**

- **Писмени доклади и есета**

- **Игри/симулации**

<http://www.energaware.eu/#>

<https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/simulations/Pages/Sustainability.aspx>

- **Тест със затворени въпроси**

- **Писмено задание**

- **Групово задание:** Генериране на устойчива бизнес идея свързана с туризма и гостоприемството

Примерно съдържание на темата

## I. Занятия в клас

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса.

- **Дебати и дискусии**

Студентите ще бъдат включени в обсъждането на различни теми и спорни въпроси, свързани с резултатите от обучението. От тях се очаква да подкрепят гледната си точка въз основа на учебните материали, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, идеи и понятия. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и обидно поведение трябва да се избягват и санкционират.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата на разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Лекционен курс**

### **Тема 1: Социалните предприятия в туризма (семинар, 1 час)**

- Различия и прилики между традиционното (бизнес) предприятие и социалното предприятие



- Определяне на социалните предизвикателства
- Очертаване на решения
- Трансформиране на решения в продукти, услуги и процеси
- Правна рамка: анализ на различните правни възможности
- Бизнес план на социалното предприятие
- Финансиране на социалното предприятие (традиционни и иновативни финансови инструменти)
- Управление и маркетинг на социалното предприятие
- Измерване на социалното въздействие
- Социални предприятия в туризма и гостоприемството: казуси и най-добри практики

## Тема 2: Устойчиво и еко-предприемачество в туризма (семинар, 2 часа)

- Дефиниране на устойчивите и екологичните предприятия в туризма и гостоприемството
- Идентифициране на нуждите и възможностите за устойчиво развитие на туризма
- Различни перспективи за устойчивост на туристическите предприятия
- Трите показателя за успех:
  - ✓ Оптимизиране на икономическите ползи: финансова печалба, пазарен ръст, намаляване на разходите, жизнеспособност на марката
  - ✓ Опазване и съхранение на околната среда: управление на отпадъците, съхранение на водата и енергийните ресурси, повишаване на екологичното съзнание на туристите и обществото, диверсифициране на околната среда, мониторинг
  - ✓ Социална устойчивост: достойно заплащане на труд, честно разпределение на печалбата; равенството между половете; социални ползи за общностите-домакини; достойно третиране на местното население, осигуряване на приличен доход за местния бизнес, здравеопазване, образование, безопасност и сигурност, управление на риска
- Въпроси, свързани с човешките ресурси, гарантиращи отговорни и устойчиви производствени операции
- Показатели за устойчивост на туристическите предприятия:
  - ✓ брой създадени работни места
  - ✓ брой местни МСП, работещи в целевите области
  - ✓ брой усвоени практики и технологии за устойчивост
  - ✓ размер на устойчивите инвестициите в целевите райони
  - ✓ брой обучени лица
  - ✓ брой съюзи, споразумения за сътрудничество, концесии и споразумения за съвместно управление в целевите области
- Сертификати, награди и отличия за екологичен туризъм и устойчиви

туристически практики

✓ Видове отличия, награди и сертификационни документи

✓ Процес на кандидатстване, изисквания за съответствие

- Технологични иновации и ИТ решения за устойчиво предприемачество в туризма и гостоприемството
- Сътрудничество с местни и регионални участници, включително власти, НПО, общини, организации с идеална цел и местно население.
- Най-добри практики за устойчиви и еко туристически предприятия

## II. Самостоятелна учебна дейност

### 1. Тема 1: Социалното предприемачество в туризма (3 часа)

#### 1. Анализ на видео казуси

<https://www.youtube.com/watch?v=1ecKK3S8DOE>

[https://www.youtube.com/watch?v=jk5LI\\_WcosQ](https://www.youtube.com/watch?v=jk5LI_WcosQ)

<https://www.youtube.com/watch?v=bWXdYN0dlc>

#### 2. Онлайн предприемачески игри

A) *Виждам те: бизнес симулация*

<http://www.iseeyou-network.eu/resources-2/business-simulation-game/>

Посоченият линк представя серия от няколко игри, които са проектирани специално за целите на образованието по социално предприемачество. Игрите развиват критично мислене, способност за приоритизиране, процес на вземане на решения, лидерство, инициативност и мотивация.

#### 3. Учебен казус

*Социалната чайна*

Социалната чайна е българско социално предприятие, посветено на работа за създаване на свят с равни възможности и социална справедливост. Това е проект, насочен към нуждите на общността, който включва разнообразни дейности с цел осигуряване на възможности за младежи от домове за сираци и затруднена семейната среда да се интегрират в обществото. Проектът е фокусиран върху създаване на качествена социална среда чрез включване на деца и младежи в риск в менторска програма и осигуряване на заетост за тази специфична група от населението.

Иновативният подход на Чайната не е само дава възможност за социално включване, но и осигурява на маргинализираната група младежи шанс да развиват характер, да формират

ценностна система и да допринесат полза на обществото с тяхната работа. Чайната е много повече от първа работна позиция за младите хора - това е възможност за интегриране в обществото. През 2015 г. Чайната разработи 3-годишна менторска програма, която предлага различни модули като комуникация, емоционална интелигентност и развиване на самочувствие, трудови навици и отговорности в работната среда, определяне на цели и самоусъвършенстване, управление на времето и изграждане на умения подходящи за работно място. Менторската програма е гъвкава, но най-вече цели да отговори на предизвикателствата и проблемите причинени от липсата на добро образование и здравословна социална среда при младежите.

Менторската програма има няколко главни роли / функции:

- Да подкрепя младите хора въпреки предизвикателството, пред което са поставени - да растат без благоприятна и функционираща семейна среда
- Развиване на умения и компетенции, необходими за ежедневието им живот извън дома за сираци
- Подпомагане на целеполагането, както в професионално, така и в лично измерение
- Да ги вдъхновят да искат повече, да бъдат уверени в себе си и своите способности
- Да увеличат мотивацията и цялостното си удовлетворение и задоволство от живота

Инструментите и методите, използвани в програмата за менторство, следват принципите на:

- Учене чрез правене
- Обучение чрез опит и интуиция
- Извличане поука от личен опит или история
- Семинари, ролеви игри и симулации

Социалното предприятие осигурява финансовата си жизнеспособност чрез:

- продажба на напитки и леки закуски, подготвени от младите хора
- хостинг на различни събития и семинари
- спомоществователство то страна на Община Варна за безвъзмездно ползване на обществена сграда в центъра на града
- участие в бизнес инкубатора на Фондация Reach for Change и с плодотворното медийно партньорство на NOVA Broadcasting Group
- разработване на партньорства с редица физически лица и фирми, които се стремят да помогнат, като даряват пари, посвещават време, експертиза, услуги или оборудване.

Източник: BEST Project, <http://thesocialteahouse.bg/en/>

Въпроси за дискусия:

1. Какво прави Чайната социално предприятие?
2. Как дейностите на Чайната допринасят за благоденствието на обществото?
3. Какви са основните предизвикателства и бариери, пред които компанията е изправена?

4. Смятате ли, че този бизнес модел е възпроизводим в друга икономическа, екологична и социална среда?
5. Ако бяхте социален предприемач, какви други решения можете да дадете за същите социални предизвикателства и проблеми?

## 2. Тема 2: Устойчиво и еко-предприемачество в туризма (3 часа)

### 1. Онлайн игра

А) *PlayHost*, бизнес симулация

<https://www.playhost.eu/>



Тази игра е специално разработена за нуждите на обучението по туризъм и гостоприемство и е предназначена да подобри предприемаческите умения на студентите. Тя поставя акцент върху теми като управление на операциите, маркетинга, рекламата, човешките ресурси и др. Засегнати са и няколко аспекта на социалната отговорност и устойчивостта на туристическите предприятия.

### 2. Анализ на видео казуси

<https://www.coursera.org/lecture/sustainable-tourism/international-hotel-certifications-uaaQa>

[https://youtu.be/W4M4\\_cCauWk](https://youtu.be/W4M4_cCauWk)

<https://www.youtube.com/watch?v=Io84FVUbyw>

### 3. Учебен казус

*Традиционно селище Вила Вамос, Гърция*

(Източник: <http://database.helix-balkanmed.eu/static/uploads/Vamos Traditional Village.pdf>,

<https://www.youtube.com/watch?v=Io84FVUbyw>

<http://www.vamosvillage.gr>)

От обучаемите се изисква да прочетат казуса, даден в линка по-горе, и да отговорят на следните въпроси:

1. Какво е специално и уникално за селището Вамос?
2. Какво привлича туристи в това село?
3. Какви са иновациите за устойчиво развитие, които селото използва?
4. Обсъдете бизнес модела на селото по отношение на устойчивостта



5. Какви са ключовите фактори за успех?
6. Какви са основните предизвикателства пред организацията?
7. Искате ли да посетите селото като турист? Бихте ли искали да започнете предприемачески бизнес там или да сте наети като служител в някой от хотелите или ресторантите там? Обосновете вашите отговори.

#### **4. Онлайн форумни дискусии**

Студентите / обучаемите се очаква да участват в онлайн дискуссионни форуми, свързани с различни въпроси на социалната устойчивост в туризма и гостоприемството. Дискусиите се провеждат на онлайн платформа (като Collaborate Classroom, Chalkup, Backchannel Chat, Blackboard и т.н.) или чрез социални медии (като Twitter, Facebook група и др.). Инструкторът модерира дискусиите. Съдържанието се предоставя от обучаемия и учителя и се основава на личен опит и мнение, уеб базирани ресурси, казуси, книги, статии и интернет сайтове. Онлайн приносът на всеки студент се оценява на базата на качеството и честотата на публикациите, връзката с темата, силата на аргументите, дълбочината на коментарите и цялостното представяне.

*Примерни теми свързани с учебния материал и подходящи за онлайн дискусии:*

1. Очертайте текущите проблеми в развитието на устойчивия туризъм във вашата страна или по света (например методи за унищожаване на отпадъците, прилагани от повечето хотели на българското Черноморие, замърсяването с въглероден диоксид от страна на ниско бюджетните въздушни компании: възможни решения и предизвикателства)
2. Преразглеждане на съществуващото законодателство относно устойчивостта в туризма. Какви са силните и слабите страни на съществуващата правна рамка? Какво трябва да се промени, за да мотивира (или принуди) туристическите предприятия да действат по-отговорно
3. Изследване и представяне на най-добрите практики и примери за различни екологични технологии, иновации и решения за устойчив туризъм, използвани в сектора
4. Изследване на няколко системи за еко сертификати в областта на туризма и гостоприемството и обсъждане на предимствата, недостатъците за сертифицирането на МСП в туризма.

#### **Ресурси**

##### **Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н.

съгласно действащото законодателство

#### **Обзавеждане и оборудване:**

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

#### **Учебни ресурси:**

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

#### **Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

#### **Задължителна и препоръчителна литература**

##### **Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

##### **Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)**

- Bamford, B. (2006). *Small Business Management: A Frame work for Success*. Thomson-SouthWestern.
- Baker, S. (2006). *Sustainable Development*. London and New York: Routledge.
- Bellon, B. and Whittington, G. (1996). *Competing Through Innovation – Essential Strategies for Small and Medium Sized Firms*. Prentice Hall.
- Belz, F. and Peatti, K. (2009). *Sustainability Marketing a Global Perspective*. Wiley.
- Bloom, P. and Skloot, E. (2010). *Scaling Social Impact. New Thinking*. Palgrave MacMillan.

- Bornstein, D. and Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship, What Everyone Needs to Know*. Oxford: Oxford University Press
- Bricker, K., Black, R. and Cottrell, S. (2013). *Sustainable Tourism and the Millennium Development Goals*. Burlington: Johns and Bartlett Learning.
- Butcher, J. (2007). *Ecotourism, NGOs and Development*. London and New York: Routledge.
- Butler, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle*. Channel View Publications.
- Chahine, T. (2016). *Introduction to Social Entrepreneurship*. CRC Press.
- Costa, C., Paniyk, E. and Buhalis, D. (2013). *European Tourism Planning and Organizational Systems*. Channel View Publications.
- Drumm, A. et al. (2004). *Ecotourism Development – A Manual for Conservation Planners and Managers*. Vol. II. The Business of Ecotourism Management and Development.
- Edgell, D. (2006). *Managing Sustainable Tourism*. Haworth Hospitality Press.
- Fayolle, A. and Matlay, H. (2010). *Handbook of Research on Social Entrepreneurship*. Edward Elgar.
- Fennell, D. (2008). *Ecotourism*. 3rd ed. London and New York: Routledge.
- Goeldner, C. and Ritchie, J. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 12th ed. Wiley.
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Guidice, M., Perunta, M. and Carayannis E. (2014). *Student entrepreneurship in the Social Knowledge Economy*. Springer.
- Gunn, C. (2002). *Tourism Planning: Basic, Concepts, Case*. 4<sup>th</sup> ed. London and New York: Routledge.
- Hall, C. and Lew, A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. London and New York: Routledge.
- Hall, C. and Lew, A. (1998). *Sustainable Tourism. A Geographical Perspective*. Essex: Prentice Hall.
- Hamper, R. (2014). *The Ultimate Guide to Strategic Marketing*. McGraw Hill Education.
- Hopkin, B. and Kirkpatrick, A. (2013). *The Law of Fundraising*. Wiley.
- Harris, R. (ed.) (2002). *Sustainable Tourism. A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Holden, A. (2000). *Environment and Tourism*. London and New York: Routledge.
- Honey, M. (2010). *Ecotourism and Sustainable Development*. Island Press
- Jafari, J. (1987). Tourism Models: the Socio-Cultural Aspects. *Tourism Management*, (8), 2, pp. 151- 159.
- Janala, C. (2008). *Marketing and Management of Tourism in Natural Protected Areas*. ITACA.
- Karnes, A. and Bean, S. (1998). *Girls and Young Women Entrepreneurs, True Stories about Starting and Running a Business, Plus How You Can Do it Yourself*. Free Spirit Publishing.
- Laing, J. and Frost, W. (2014). *Explorer, Travelers and Adventure Tourism*. Bristol-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
- Lee-Ross, D. and Conrad, L. (2009). *Entrepreneurship and Small Business Management in the Hospitality Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lindberg, K., Epler-Wood, M. and Engeldrum, D. (eds.) (1998). *Ecotourism, A Guide for Planners*



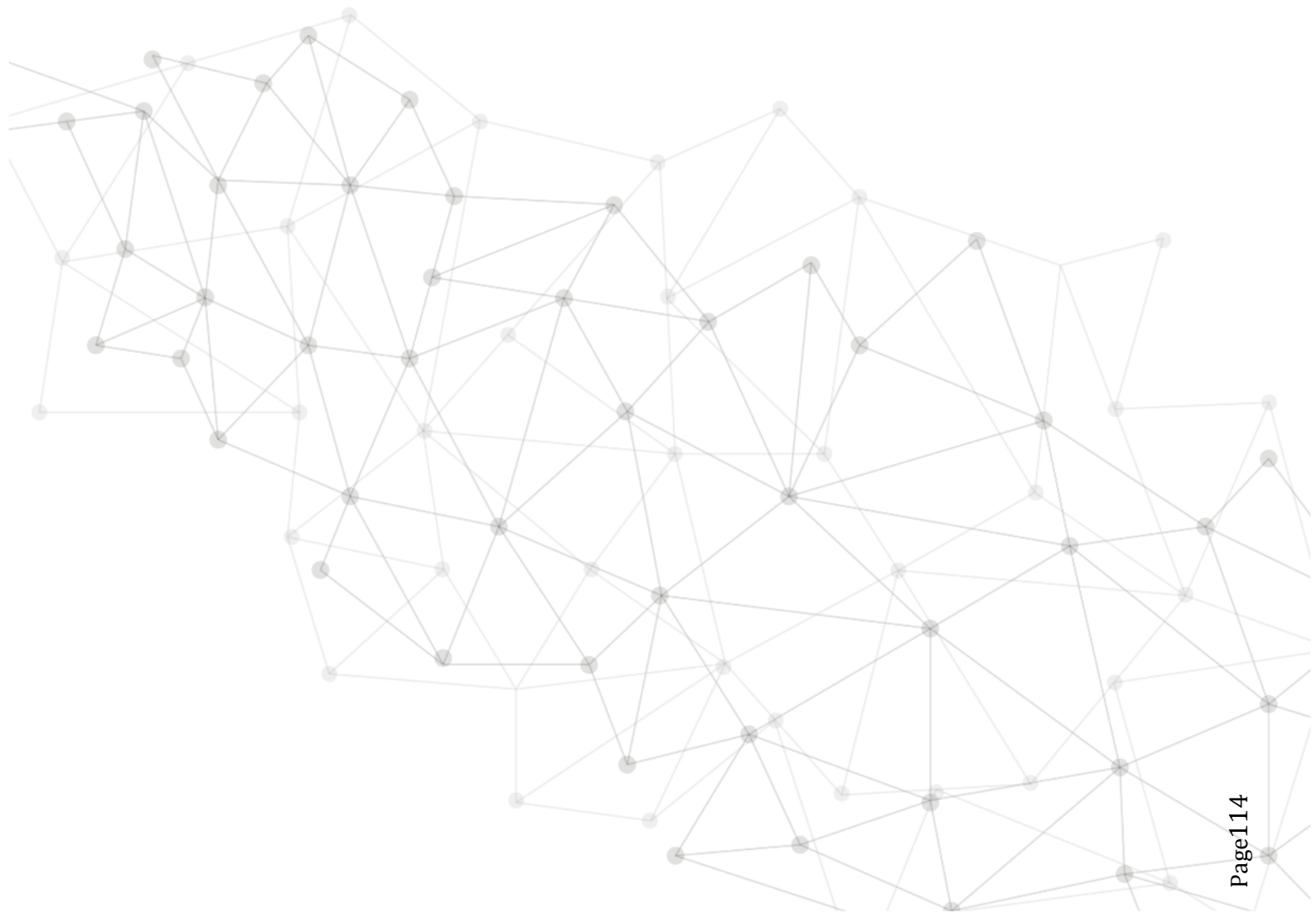
- and Managers*, Vol.2. Nort Bennington: The Ecotourism Society.
- Lockyer, T. (2007). *The International Hotel Industry: Sustainable Management*. Oxford: Haworth Press.
  - Michalko, M. (2006). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques*. 2nd Ed. Ten Speed Press.
  - Miller, G. and Twinin-Ward, L. (2005). *Monitoring for a Sustainable Tourism Transition. The Challenge of Developing and Using Indicators*. Cambridge: CABI Publishing.
  - Moore, P. and Palich, L. (2010). *Managing Small Business. An Entrepreneurial Emphasis*. South-Western Cengage Learning.
  - Morrison, A., Rimmington, M. and Williams, C. (1999). *Entrepreneurship in the Hospitality, Tourism and Leisure Industries*. Oxford: ButterworthHeinemann.
  - Mowforth, M. and Munt, I. (2009). Defining the New Tourism. *Tourism & Sustainability*. Routledge: London, pp. 98-109.
  - Newsome, D., Moore, S. and Dowling, R. (2012). *The Nature Conservancy, Natural Area Tourism. Ecology, Impacts and Management*. Channel View Publications.
  - Page, S. and Connell, J. (2006). *Tourism a Modern Synthesis*. 2nd ed. London: Thomson.
  - Page, S. and Dowling, R. (2002). *Ecotourism*. Essex: Prentice Hall.
  - Peris-Ortiz, M., Teulon, F. and Bonet-Fernandez, D. (2017). *Social Entrepreneurship in Profit and Non Profit Sector, Theoretical and Empirical Perspectives*. Springer.
  - Rayn, H. (2009). *Small Business. An Entrepreneur's Business Plan*, South-Western Cengage Learning.
  - Rutherford, D. and O'Fallon, M. (2007). *Hotel Management and Operations*. Wiley.
  - Sargeant, A. and Shang, J. (2017). *Fundraising Principle and Practice*. Wiley.
  - Strange, T. and Bayley, A. (2008). *Sustainable Development. Linking Economy, Society, Environment*. Paris: OECD.
  - Strasdas, W. (2013). Ecotourism and the Challenge of Climate Change: Vulnerability, Responsibility, and Mitigation Strategies. In: K. Bricker, R. Black, and S. Cottrell, eds., *Sustainable Tourism and the Millenium Development Goals: Effecting Positive Change*, pp. 209-230.
  - Swarbrooke, J. (2005). *Sustainable Tourism Management*. Cambridge: CABI Publishing.
  - Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing.
  - Weaver, D. (2007). *Ecotourism*. Wiley.
  - Weaver, D. (2012). *Sustainable Tourism*. Elsevier.
  - Weaver, D. and Lawton, L. (2014). *Tourism Management*. Wiley.
  - Weaver, D. (2006) *Sustainable Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

#### **Препоръчителна литература и източници (национални)**

- Био Артис ЕООД (2007), Наръчник на предприемача в сектор „Туризм“, туристическо сдружение Каварна
- Воденска М. (2010), Основи на туризма, Матком
- Воденска М., Асенова М. (2010), Въведение в туризма, Матком



- Димитрова М. (2018), Въведение в социалното предприемачество, Матадор 74
- Емилова И., Великова Е. (2016), Въведение в туризма, Нов български университет
- Нешков М., Казанджиева В. (2007), Икономика на туристическата фирма, Нов български университет
- Плачкова М., Пенева П., Райчев Р. (2008), Мениджмънт в туризма, Дионис
- Рафаилова Г., Кадиева С., Кожухарова Л., Янчева К., Кръстева А., Поляков С. (2012), Специализирани видове туризъм, издателство „Наука и икономика“, Икономически университет, Варна
- Рибов М. (2005), Конкурентни стратегии в туризма, Тракия М
- Рибов М. (2005), Стратегическият избор в туризма, Тракия М
- Станкова М. (2008), Диверсификационни стратегии в туризма, ЮЗУ Неофит Рилски



Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Предприемачество</b>	МЗ	Планиране на процесите за устойчивост <sup>39</sup>	T10
Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /on-line дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
Анотация на темата			
<p>Постигането на устойчив туризъм изисква мотивация, решителност и системен подход от страна на фирмите, които оперират в сектора. Голямото предизвикателство се състои в това, да се балансират нуждите на туристите с тези на дестинациите и местното население. Като „индустрия на хората”, туризмът и гостоприемството осигуряват много работни места, които спомагат за съживяването на местните икономики. От друга страна, те също могат да причинят редица проблеми като социална миграция, загуба на културно наследство, икономическа зависимост и екологична деградация (Fien, 2010). Основната характеристика на устойчивостта е, че тя не се ограничава до определен вид услуги или продукти като природосъобразен туризъм или екотуризм, а по-скоро е философия, която е в основата както на търсенето, така и на предлагането на туристически стоки и услуги (Устойчиво туристическо развитие, 2005 г.). Като такава, тя трябва да бъде интегрирана в цялостното управление на фирмите в сектора, както и в поведението на туристите като потребители.</p> <p>Компаниите се нуждаят от целенасочени познания и насоки за това как да направят своите услуги и продукти по-устойчиви и как да интегрират устойчивостта в своя процес на планиране и бизнес операции. Целта на тази тема е да допринесе за изграждането знания и промяна на фокуса в тази насока.</p>			

<sup>39</sup> Тази тема е разработена от Университет „Луиджи Гаракуки“ - Шкодра (Албания)

### Учебни цели

Темата фокусира върху:

- Дизайн на устойчиви продукти и услуги
- Предоставяне на знания за туристическите продукти и техните компоненти
- Използване на основни принципи за разработване и внедряване на туристически продукт
- Изясняване на ролята на всеки отделен компонент в туристическия продукт и връзката му с устойчивостта
- Повишаване на знанията относно предлагането на устойчив и висококачествен туристически продукт и услуга, които да предоставят по-голяма стойност за потребителя
- Анализ, оценка и успешно изпълнение на планираните процеси за устойчивост
- Предоставяне на примери и идентифициране на модели за устойчив туристически продукт
- Дискутиране на пречки и възможности, пред туристическата индустрия в търсенето ѝ на устойчиви продукти и решения

### Резултати от обучението

След завършване на темата (под модула) студентът / обучаемият трябва да може да:

- Разбира и допринася за процеса на планиране на устойчив туристическия сектор
- Демонстрира информираност и усет за проектиране и дизайн на услуги и продукти на устойчивия туризъм
- Анализира и оцени въздействието върху устойчивостта на услугите и продуктите върху процесите в промишлеността
- Постава ясни очаквания и създаде мотивация за бъдещо включване в бизнеса.

### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

- **Учебни казуси**  
<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>
- **Четене на допълнителна литература**
- **Въпроси за дискусия**
- **Дебати**
- **Работни пътувания**

- **Тест със затворени въпроси**
- **Писмени задания**

- **Писмени доклади и есета**

## Примерно съдържание на темата

### **I. Занятия в клас**

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип , поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подходят аналитично към материалите от курса. Студентите ще участват в дискутирането на различни теми, свързани с обучението. От тях се очаква да бъдат активни при решаване на групови задачи и дейности в клас. Те трябва да представят аргументи за своята гледна точка въз основа на учебния материал, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и нападки трябва да се избягват.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**



Когато е възможно изявени професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

**Тема 1: Устойчиви услуги, продукти и проектиране на преживяването (семинар, 3 часа)**

- Какво представлява дизайнът на услугата
- Проектиране на услуги и умения за устойчивост
- Туристически продукт и неговите съставни компонента
- Основни принципи за развитието на туристическия продукт
- Дизайн на продукти и услуги и екологична ефективност, ограничения и пречки
- Ролята на всеки компонент на туристическия продукт по отношение на устойчивия туризъм

## **II. Самостоятелни учебни дейности**

**1. Тема 1: Устойчиви услуги, продукти и проектиране на преживяването (6 часа)**

**Учебен казус**

*Устойчив дизайн*

- Туристическата атракция като главен компонент на туристическия продукт (Казус 1)
- Услугите на туристическите агенции и туроператорите (казус 2)
- Хотелиерско обслужване (казус 3)
- Ресторантско обслужване (казус 4)
- Транспортни услуги (казус 5)

**Ресурси**

**Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

#### **Обзавеждане и оборудване:**

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

#### **Учебни ресурси:**

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

#### **Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

#### **Задължителна и препоръчителна литература**

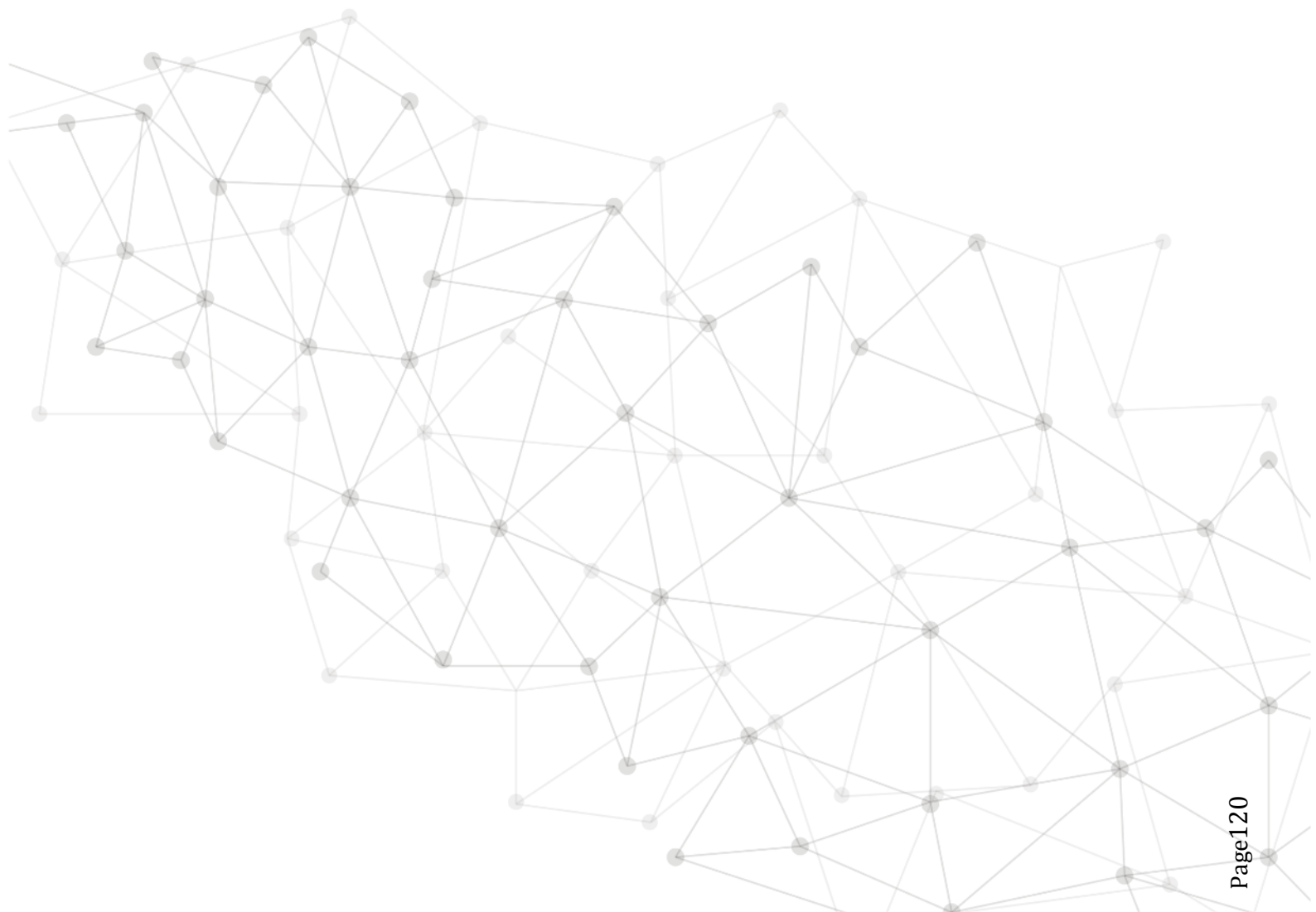
##### **Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

##### **Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)**

- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism*. Elsevier, pp. 73-110.
- Middleton, T. (2002). *Sustainable Tourism: A marketing Perspective*. Butterworth-Heinemann, pp.133-201.
- Swaebrooke, L. (2002). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing.
- Cook, A., Yale, J. and Marqua, J. (2010). *Tourism: The Business of Travel*. Pearson Education, pp. 129-227, 329-350.
- Edgell, D. (2006). *Managing Sustainable Tourism*. Haworth Hospitality Press.
- Vezzoli, C. (2010). *System Design for Sustainability*. 2<sup>nd</sup> Ed., Milan: Maggioli Editore.
- UNEP (United Nations Environment Programme) (2002). *Product-Service Systems and Sustainability: Opportunities for Sustainable Solutions*. Paris: UNEP.
- Marttila, T. (2010). *Creating Better Tools for Sustainable Product Design: Product-Service*

Systems and Their Relation to Life Cycle Thinking. In *4S Summer Symposium for Sustainable Solutions*. Aalto University, 15–17 June 2010, Sannäs, Finland.



Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Предприемачество</b>	M3	Мултисекторалност 40	T11
Методи за обучение и преподаване			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /онлайн дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
Тип на модула		Изисквания	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
Анотация на темата			
<p>Устойчивостта в туризма и гостоприемството зависи от справедливото разпределение на икономическите ползи между бизнеса и местните общности, както и между настоящите и бъдещите поколения. Това налага развитието на ефективни мрежи между икономическите оператори и местното население в туристическите дестинации. Трябва да се има в предвид, че динамиката между участниците и заинтересованите лица в туризма може да доведе до пречки пред устойчиво планиране поради многообразието от интереси. Важно е да местната общност да бъде включена чрез процес на планиране, мрежов модел и обща политика на сътрудничество. Съвместната работа на всички заинтересовани страни в туристическите дестинации е от жизненоважно значение за съхраняването на атрактивността на дестинацията, запазването на ценностите на местното население и гарантирането на интересите на посетителите. Ето защо е изключително важно компаниите в туристическия сектор да бъдат активни в изграждането на местни мрежи и вериги за създаване на стойност, за да осигурят възможности за развитие на бизнеса.</p> <p>Важно умение на мениджърите в туризма е осъзнаването и познанията по отношение на много секторния аспект и процеса на създаване на верига на стойността в туризма и гостоприемството. Причината за това е, че изграждането на мрежи от туристически предприятия, които си сътрудничат се счита за жизнеспособно средство за растеж и</p>			

<sup>40</sup> Тази тема е разработена от Университет „Луиджи Гаракуки“ - Шкодра (Албания)



конкурентоспособност

Учебни цели

Темата има за цел да:

- Даде разбиране за мрежите и веригите за създаване на стойност в туризма и гостоприемството
- Проучи ролята на туризма в развитието на местните предприятия
- Представи и оцени начините за интегриране на местните продукти и услуги в туристическия пакет.
- Предложи подходи и инструменти, които правителството може да използва за развитието на местните предприятия, които подкрепят туристическата индустрия
- Обсъди на процеса на разработване на туристически продукти
- Проучи необходимостта от сътрудничество и създаване на партньорски структури в туристическите дестинации.
- Представи мрежовия подход към туристическата дестинация.
- Оцени предизвикателствата при осъществяването на мрежи в туристическите дестинации

Резултати от обучението

След завършване на темата (под модула) студентът / обучаемият трябва да може да:

- Разбере и допринесе към работата в мрежа за устойчивост в туризма и гостоприемството
- Проумее концепцията за многосекторност, прилагана към туристическите дестинации
- Използва натрупаните знания в практиката за съвместно развитие на туристически продукти
- Изгради на мрежи за подобряване на съвместното предлагане на туристически продукти

Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

- Казуси с добри практики  
<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>

- Тест със затворени въпроси
- Писмени задания

- **Видео казуси**
- **Допълнителна литература**
- **Въпроси за дискусия**
- **Дебати**
- **Учебни пътувания**
- **Писмени доклади и есета**

Примерно съдържание на темата

**I. Занятия в клас**

• **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

• **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса. Студентите ще участват в дискутирането на различни теми, свързани с обучението. От тях се очаква да бъдат активни при решаване на групови задачи и дейности в клас. Те трябва да представят аргументи за своята гледна точка въз основа на учебния материал, техния собствен професионален или личен опит, предварително натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии трябва да се провеждат по приятелски и конструктивен начин, докато личните критики и нападки трябва да се избягват.

• **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от

инструктора и да се разпространяват под формата разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изявени професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

**Тема 1: Мултисекторност - интегриране на местни продукти и услуги в туристическия пакет (семинар, 2 часа)**

- Ролята на туризма в развитието на местните предприятия
- Начини, по които туристическите предприятия подкрепят местните икономики
- Начини, по които посетителите могат да подкрепят местните предприятия
- Подходи и инструменти, които правителството може да използва за развитие на местните предприятия в областта на туризма и гостоприемството

**Тема 2: Изграждане на мрежи за подобряване на съвместното продуктово предлагане (семинар, 1 час)**

- Процесът на разработване на туристически продукт
- Необходимост от сътрудничество и създаване на структури за партньорство в туристическите дестинации
- Мрежовият подход към туристическата дестинация
- Специални предизвикателства в прилагането на НТ в областта на туристическата дестинация

## **II. Самостоятелни учебни дейности**

### **1. Тема 1: Мултисекторност - интегриране на местни продукти и услуги в**

## туристическия пакет (3 часа)

### Учебни казуси

## 2. Тема 2: Изграждане на мрежи за подобряване на съвместното продуктово предлагане (3 часа)

### Учебни казуси

### Ресурси

#### Работна среда:

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

#### Обзавеждане и оборудване:

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

#### Учебни ресурси:

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

#### Други:

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи

Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

Задължителна и препоръчителна литература



### Задължителна литература

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

### Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)

- Ashley, C., (2006). *How Can Governments Boost the Local Economic Impacts of Tourism?* SNV AND ODL. [online] Available at: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/50.pdf>
- Hall, D. and Richards, G.(eds.) (2003). *Tourism and Sustainable Community Development*. London: Routledge Advances in Tourism, pp. 135-297.
- Sofield, H., (2003). *Empowerment for Sustainable Tourism Development*. Amsterdam: Elsevier, pp. 259-352.
- Sharpley, R. and Telfer, J. (eds.) (2004). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Cromwell Press, pp. 149-202.
- Zemła, M. (2016). Tourism Destination: The Networking Approach. *Moravian Geographical Reports*, 24(4), pp. 2-14. [online] Available at: [https://www.geonika.cz/EN/research/ENMGRClinky/2016\\_4\\_ZEMLA.pdf](https://www.geonika.cz/EN/research/ENMGRClinky/2016_4_ZEMLA.pdf).

Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Предприемачество</b>	МЗ	Управление на устойчивите предприятия (в хотелиерството и туризма) <sup>41</sup>	T12
<b>Методи за обучение и преподаване</b>			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /on-line дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
<b>Тип на модула</b>		<b>Изисквания</b>	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
<b>Анотация на темата</b>			
<p>Тази тема (под-модул) обсъжда операциите за устойчиво управление и стратегиите за ценообразуване в предприятията за гостоприемство. Студентите ще проучат различни модели за ценообразуване, включващи подход, основан на разходите, подход, основан на конкуренцията, подход, основан на клиентите, и подход на ценообразуване въз основа на стойността. Представени са динамични инструменти, осигуряващи финансова устойчивост на туристическите бизнеси като управление на приходите, диференциране на цените и модели за динамично ценообразуване.</p> <p>Втората част от темата се фокусира върху управлението и операциите в гостоприемството. Разглеждат се технологии за работа в различни отдели на хотелите и ресторантите; очертават се основните проблеми и проблеми, свързани с околната среда и устойчивостта. Темата разглежда управлението на съоръженията, поддръжката и ремонта, управлението на кризи и риска, сигурността и безопасността, както и конкретни измервания, свързани със „зеленото“ управление, като например рециклиране на отпадъци, пестене на енергията и използване на възобновяеми и био енергийни източници. Разгледани са няколко варианта и процедури за еко сертифициране за устойчивост.</p> <p>Под модулет подчертава значението на устойчивостта и опазването на ресурсите в управлението на съоръженията за експлоатация. Той подготвя бъдещи предприемачи за</p>			

<sup>41</sup> Тази тема е разработена от Асоциацията за кулинарни изкуства и гостоприемство.

отговорно, образовано, ефективно и ефикасно управление на хотелиерството, ресторантьорството и кетъринговите услуги, особено в областта на енергетиката, водата и отпадъците, свързани с тяхното въздействие върху околната среда. Обучаемите научават елементите на устойчивото управление на сградите и измерват въглеродния отпечатък на хотелиерството. Разглеждат се и разходите, бюджетирването и обсъждането на персонала и предизвикателствата. Подходът за съоръженията и оперативния мениджмънт се извеждат по възможно най-добрия начин, за да се постигне максимална рентабилност, като същевременно се сведе до минимум отрицателното въздействие върху околната среда и местната общност.

Лекционният курс се подпомага от PowerPoint презентации, дискусии, онлайн дискусии форуми, посещения на място и взаимодействия с практикуващите в отрасъла, както и реални практически проучвания, които очертават най-добрите практики в световната индустрия на туризма и гостоприемството.

#### Учебни цели

Темата има за цел да:

- Предостави основните знания за устойчиви техники за оперативно управление на предприятията в хотелиерството и туризма
- Даде представа за различните ценови стратегии и подходи, целящи да осигурите дългосрочна финансова устойчивост на туристическия бизнес
- Очертае няколко възможности за устойчиво управление на ресурсите в различните оперативни отдели в хотели и ресторанти, като например събиране на отпадъци, технологии за пестене на енергия, кризисен мениджмънт, планиране на ефективни процеси, управление на материалните активи, поддръжка и ремонт
- Изследва най-добрите практики, нови технологии и иновациите за устойчиви решения за гостоприемството и туризма

#### Очаквани резултати

След завършване на темата (под модула) студентът / обучаемият трябва да може да:

- Придобие разбиране за гостоприемството и туристическата индустрия и тяхното въздействие върху местните общности и околната среда
- Обясни взаимовръзката между „зеленият мениджмънт“ и устойчивостта на местно равнище
- Определи въздействието на изменението на климата и въглеродния отпечатък в следствие работата на хотела / ресторанта / дестинацията и предложи смекчаващи решения и практики
- Опише веригата на стойностите на операциите в хотела и обсъди значението на всеки отдел
- Определи методите за опазване на ресурсите за управлението на водата, енергията и

отпадъците, свързани с хотелските и ресторантьорските дейности, и финансовата стойност на тези усилия за бизнеса

- Изследва на въздействието на икономите от оперативна дейност в областта на екологичното управление върху крайната цел на бизнеса с гостоприемство

#### Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

- **Учебен казус**

<http://database.helix-balkanmed.eu/searchpractices>

- **Видео казус**

- **Допълнителна литература**

- **Въпроси за дискусия**

- **Дебати**

- **Учебни пътувания**

- **Писмени доклади и есета**

- **Игра/симулация**

<http://www.energaware.eu/#>

<https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/simulations/Pages/Sustainability.aspx>

- **Тест със затворени въпроси**

- **Писмени задания**

#### Примерно съдържание на темата

##### **I. Занятия в клас**

- **Игри тип „айсбрейкъри“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкъри“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в



друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса.

- **Дебати и дискусии**

Студентите ще се включат в дискусии на различни наболели теми свързани с целите на курса. От тях се очаква да подкрепят мнението си с аргументи базирани на учебния материал, личен или професионален опит, предишни натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии се провеждат по конструктивен и приятелски начин докато личните критики, нападки и обиди трябва да се избягват и санкционират.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата на разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изявени професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

## **Тема 1: Ценообразуване посредством иновативен подход (семинар, 1 час)**

### **1.1. Ценови стратегии и подходи в индустрията на хотелиерството**

- подход, основан на разходите и печалбата
- клиентски подход
- подход, основан на конкуренцията
- интегриран стратегически подход, базиран на стойността

### **2. 1.2. Ценови показатели, групиране, индиректно ценообразуване**

- 1.1. Управление на приходите, управление на търсенето и динамичното ценообразуване
- 1.2. Ценово диференциране
- 1.3. Иновативни решения за ценообразуване и насърчаване: напр. програми за лоялност
- 1.4. Стратегии за промяна на цените

## Тема 2: Управление на бизнес операции те(семинар, 2 часа)

- 1.1. Операции в хотелиерството: верига на добавената стойност, преглед на основните отдели в хотела, основни технологични процедури и операции
- 1.2. Екологични и устойчиви проблеми на операциите и процесите в сектора на гостоприемството
- 1.3. Управление на съоръженията и материалните активи: проектиране, разходи, бюджетиране, ремонт и поддръжка, ключови позиции, обхват на работа и отговорности
- 1.4. Системи за управление на водите и отпадъците (включително управление на опасните отпадъци и рециклиране)
  - Икономия на енергия, възобновяеми и био енергийни източници
  - Мерки и техники за безопасност и сигурност. Управление на риска
  - Изчисляване на въглеродния отпечатък, въздействието върху изменението на климата и възможностите за намаляване на отрицателните ефекти
  - Въпроси за устойчивостта, свързани с храненето и кетъринга
  - Сертификати за устойчив туризъм и екология в сектора на гостоприемството
  - Най-добри практики, нови технологии и иновации в устойчивото управление на гостоприемството

## II. Самостоятелни учебни дейности

### Тема 1: Ценообразуване посредством иновативен подход (2 часа)

#### 1. Анализ на видео казуси

<https://study.com/academy/lesson/selling-strategies-in-the-hospitality-tourism-industry.html>

<https://study.com/academy/lesson/pricing-objectives-how-firms-decide-on-a-pricing-strategy.html>

<https://study.com/academy/lesson/pricing-strategy-in-marketing-definition-types-examples.html>

<https://study.com/academy/lesson/brand-strength-pricing-in-hospitality-tourism.html>

<https://study.com/academy/lesson/pricing-strategy-and-consumer-perception.html>

#### 2. Учебни казуси

Студентите/обучаемите трябва да проучат и дискутират различни програми за лоялност,

които използват реномираните хотелски вериги. Кои най-добри практики могат да бъдат приложени в стартиращо МПС от областта на туризма или гостоприемството?

## **Тема 2: Управление на бизнес операциите(, 2 часа)**

### **1. Учебно пътуване**

Студентите/обучаемите посещават хотел, ресторант или туристическа агенция, която работи наблизо. Те се срещат с мениджъри на различни нива (собственик, генерален директор, маркетинг мениджър, главен счетоводител или някои от преките ръководители на отделите) и обсъждат с тях оперативни проблеми в рамките на тяхната компания. От студентите / обучаемите се изисква да обърнат специално внимание на съществуващите техники и технологии за управление на устойчиви операции (например използване на възобновяеми енергийни източници, технологии за пестене на енергия, технологии за пестене на вода и др.). Студентите / обучаемите се разговарят с финансов (маркетинг) мениджър относно ценовата стратегия на компанията, тактиките ѝ за управление на приходите, избора на канали за разпространение и др. Студентите / обучаемите изследват на предприятието „от вътре“ чрез наблюдение и участие в реални работни процеси. Ако е възможно, учащите / обучаемите се участват в дейности, основани на "учене чрез правене" (напр. в кухнята, в отдела "Хотелско домакинство", в отдела "Маркетинг и продажби", на рецепция и пр.).

### **2. Учебен казус**

*NO WATTS, Великобритания*

No Watts е 100% устойчив ресторант, който работи без електричество и рециклира ежедневно отпадъците си. Ресторантската част се осветява от свещи. Мебелите са или втора употреба или рециклирани. Декорът е създаден с материали за еднократна употреба като тоалетни ролки, стъклени бутилки, буркани, алуминиево фолио, кутии за яйца и др.

Готвенето се извършва с огън, сажди и пепел. Ресторантът има за цел да обучава гостите и служителите как да намалят използването на електроенергия в дома или на работното място. Също така се провеждат семинари и занаятчийски сесии за рециклиране и преработка на отпадъчни материали. Продуктите направени от отпадъци се продават и парите се даряват за благотворителност.

Ресторантът повишава съзнанието за опасните екологични проблеми и изчерпването на съществуващите природни ресурси като вода, енергия и др. Той повишава информираността за необходимостта от намаляване на въглеродния отпечатък и по този начин допринася за изменението на климата и глобалното затопляне. Тъй като парниковият ефект се получава най-вече чрез улавяне на топлината в атмосферата с

основен принос на въглеродния диоксид, смекчаването на отрицателните ефекти от човешката дейност може да се окаже устойчиво решение за бързите темпове на увеличаване на средната температура, на което сме свидетели в последните няколко десетилетия. За щастие напоследък се наблюдава увеличение на възобновяемите енергийни източници. През 2015 г. 25% от генерираната енергия идва от възобновяеми източници като вятър, океански вълни, биомаса и слънце. Използването на възобновяеми енергийни източници трябва да се съчетае с намаляване на количеството електроенергия, произведена от изкопаеми горива, които допринасят за намаляване на нивото на CO<sub>2</sub>.

No Watt демонстрира, че е възможно да се живее по-отговорно и природосъобразно, като се насърчават лесните идеи и се дават съвети, които помагат на хората да пестят енергия. Друга "зелена" цел на ресторанта е управлението на отпадъците, насърчаването на рециклирането и повторната употреба на отпадъците. Тъй като проблемите, свързани с депонирането, стават все по-големи, важно е да се намали разхода на отпадъци. В допълнение, депата за депониране засилват негативните ефекти от изменението на климата. Насърчаването на рециклирането не само пести енергия, но също така намалява необходимостта от обработка на суровини, което спомага за запазване на еко баланса.

Устойчивите усилия водят до редица ползи за фирмата като лоялни, ангажирани служители и персонал, който споделя сходни ценности и цели. Разпознаваемостта и уникалността на марката водят до повишен интерес от страна на потребителите. Рекламата от страна на медиите прави ресторанта популярен и спомага за изграждане на мрежа от съмишленици. Природосъобразната философия на ресторанта е насочена към конкретна целева група (предимно еко-активисти), но също така привличат хора от всички области на живота, които са любопитни да изпитат уникалната атмосфера на без енергийния ресторанти. Освен това, поради своите социални и екологични дейности, компанията може да кандидатства за безвъзмездни помощи и награди за социални устойчиви предприятия .

Фирмата е изправена пред няколко предизвикателства по отношение на ежедневните си операции маркетинг. Оставайки лоялни към принципите си, ресторантът не използва масови канали и ИТ технологии за маркетинг и популяризиране, което ограничава възможностите му да комуникира ефективно с потенциалните потребители. Основните канали за популяризиране и разпространение са месечната реклама и медийното покритие тъй като ресторантът често се представя в местните и националните вестници и списания. Въпреки това, най-големият проблем за ресторанта е свързан с въпроса за безопасността на храните. Тъй като фирмата не използва търговски хладилници и фризери, съхранението на сурова храна се извършва в избите - подземни пространства, които остават естествено хладни. Този метод обаче има своето ограничение, тъй като не може да осигури съхранение на замразени храни. Менюто трябва да бъде изградено около наличността и разнообразието от ястия е значително намалено. Друг проблем е липсата на WIFI на място. Ресторантите притежават политика "Моля, не използвайте мобилния си телефон", но по този начин отблъсква голяма група потенциални посетители, които няма да са склонни да пожертват



възможността да общуват чрез социални медии по време на хранене. Също така присъствието на ресторанта в интернет е ограничено, тъй като гостите не могат да се правят снимки на мястото или храната.

*Източник: BEST projects*

Въпроси за дискусия:

- Опишете елементите от веригата на стойността на операциите на ресторанта NO WATT
- Какви са въздействията на ресторанта върху природната среда и местните общности?
- Защо NO WATT се определя като устойчиво бизнес предприятие? Може ли да се дефинира и като социално предприятие?
- Какви са разходите и ползите от устойчивия подход на предприятието?
- Как ресторантът осигурява финансовата си жизнеспособност и дългосрочна икономическа устойчивост? Какви са източниците на доходи?
- Какви са основните предизвикателства, свързани с производствените процеси, операции маркетинга? Можете ли да предложите възможни решения?
- Смятате ли, че този устойчив бизнес модел може да се адаптира към друга социална и екологична среда (например във вашата страна?)

## Ресурси

### Работна среда:

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

### Обзавеждане и оборудване:

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

### Учебни ресурси:

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите

- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

**Други:**

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

**Задължителна и препоръчителна литература**

**Задължителна литература**

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

**Препоръчителна литература и източници (чуждестранни)**

- Bamford, B. (2006). *Small Business Management: A Framework for Success*. Thomson-SouthWestern.
- Baker, S. (2006). *Sustainable Development*. London and New York: Routledge.
- Bellon, B. and Whittington, G. (1996). *Competing Through Innovation – Essential Strategies for Small and Medium Sized Firms*. Prentice Hall.
- Belz, F. and Peatti, K. (2009). *Sustainability Marketing a Global Perspective*. Wiley.
- Bricker, K., Black, R. and Cottrell, S. (2013). *Sustainable Tourism and the Millennium Development Goals*. Burlington: Johns and Bartlett Learning.
- Butcher, J. (2007). *Ecotourism, NGOs and Development*. London and New York: Routledge.
- Butler, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle*. Channel View Publications.
- Costa, C., Paniuk, E. and Buhalis, D. (2013). *European Tourism Planning and Organizational Systems*. Channel View Publications.
- Drumm, A. et al. (2004). *Ecotourism Development – A Manual for Conservation Planners and Managers*. Vol. II. The Business of Ecotourism Management and Development.
- Edgell, D. (2006). *Managing sustainable tourism*. Haworth Hospitality Press.
- Fennell, D. (2008). *Ecotourism*. 3rd ed. London and New York: Routledge.
- Goeldner, C. and Ritchie, J. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 12th ed. Wiley.
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Gorge, A. (2009). *A Plan to Solve the Climate Crisis*. Rodale Publishers.
- Gunn, C. (2002). *Tourism Planning: Basic, Concepts, Case*. 4<sup>th</sup> ed. London and New York:

- Routledge.
- Hall, C. and Lew, A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. London and New York: Routledge.
  - Hall, C. and Lew, A. (1998). *Sustainable Tourism. A Geographical Perspective*. Essex: Prentice Hall.
  - Harris, R. (ed.) (2002). *Sustainable Tourism. A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
  - Holden, A. (2000). *Environment and Tourism*. London and New York: Routledge.
  - Honey, M. (2010). *Ecotourism and Sustainable Development*. Island Press.
  - Jafari, J. (1987). Tourism Models: the Socio-Cultural Aspects. *Tourism Management*, (8), 2, pp. 151- 159.
  - Jandala, C. (2008). *Marketing and Management of Tourism in Natural Protected Areas*. ITACA.
  - Kandampully, J. et al. (eds.) (2001). *Service Quality in Hospitality, Tourism and Leisure*. 1<sup>st</sup> Ed. Binghampton: Haworth Hospitality Press.
  - Laing, J. and Frost, W. (2014). *Explorer, Travelers and Adventure Tourism*. Bristol-Buffalo-Toronto: Channel View Publications.
  - Lashley, C. and Morrison, A. (eds.) (2000). *In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates*. 1<sup>st</sup> Ed. Binghampton: Haworth Hospitality Press.
  - Lindberg, K., Epler-Wood, M. and Engeldrum, D.(eds.) (1998). *Ecotourism, A Guide for Planners and Managers*, Vol.2. Nort Bennington: The Ecotourism Society.
  - Lockyer, T. (2007). *The International Hotel Industry: Sustainable Management*. Oxford: Haworth Press.
  - Michalko, M. (2006). *Thinkertoys: A Handbook of Creative-Thinking Techniques*. 2nd Ed. Ten Speed Press.
  - Miller, G. and Twinin-Ward, L. (2005). *Monitoring for a Sustainable Tourism Transition. The Challenge of Developing and Using Indicators*. Cambridge: CABI Publishing.
  - Moore, P. and Palich, L. (2010). *Managing Small Business. An Entrepreneurial Emphasis*. South-Western Cengage Learning.
  - Mowforth, M. and Munt, I. (2009). Defining the New Tourism. *Tourism & Sustainability*. Routledge: London, pp. 98-109.
  - Nagle, T., Hogan, J. and Zale, J. (2011). *Strategies and Tactics of Pricing*. Pearson: Prentice Hall.
  - Newsome, D., Moore, S. and Dowling, R.(2012). *The Nature Conservancy, Natural Area Tourism. Ecology, Impacts and Management*. Channel View Publications.
  - Page, S. and Connell, J. (2006). *Tourism a Modern Synthesis*. 2nd ed. London: Thomson.
  - Page, S. and Dowling, R. (2002). *Ecotourism*. Essex: Prentice Hall.
  - Pinkowski, J. (ed.) (2008). *Disaster Management*. 1<sup>st</sup> Ed. Boca Raton, London and New York: CRC Press.
  - Rayn, H. (2009). *Small Business. An Entrepreneur's Business Plan*, South-Western Cengage Learning.
  - Roper, K. and Payant, R. (2014). *The Facility Management Handbook*. AMACOM.



- Ruskin-Brown, J. (2008). *Practical Pricing for Results*. Thorogood Publishing.
- Rutherford, D. and O'Fallon, M. (2007). *Hotel Management and Operations*. Wiley.
- Strange, T. and Bayley, A. (2008). *Sustainable Development. Linking Economy, Society, Environment*. Paris: OECD.
- Strasdas, W. (2013). Ecotourism and the Challenge of Climate Change: Vulnerability, Responsibility, and Mitigation Strategies. In: K. Bricker, R. Black, and S. Cottrell, eds., *Sustainable Tourism and the Millenium Development Goals: Effecting Positive Change*, pp. 209-230.
- Swarbrooke, J. (2005). *Sustainable Tourism Management*. Cambridge: CABI Publishing.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Oxon: CABI Publishing.
- Weaver, D. (2007). *Ecotourism*. Wiley.
- Weaver, D. (2012). *Sustainable Tourism*. Elsevier.
- Weaver, D. and Lawton, L. (2014). *Tourism Management*. Wiley.
- Weaver, D. (2006) *Sustainable Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

#### **Препоръчителна литература и източници (национални)**

- Байков Б., Найденов Я. (2011), Екология в туризма, ФорКом
- Био Артис ЕООД (2007), Наръчник на предприемача в сектор „Туризм“, туристическо сдружение Каварна
- Воденска М. (2010), Основи на туризма, Матком
- Воденска М., Асенова М. (2010), Въведение в туризма, Матком
- Димитрова М. (2018), Въведение в социалното предприемачество, Матадор 74
- Емилова И., Великова Е. (2016), Въведение в туризма, Нов български университет
- Нешков М., Казанджиева В. (2007), Икономика на туристическата фирма, Нов български университет
- Плачкова М., Пенева П., Райчев Р. (2008), Мениджмънт в туризма, Дионис
- Рафаилова Г., Кадиева С., Кожухарова Л., Янчева К., Кръстева А., Поляков С. (2012), Специализирани видове туризъм, издателство „Наука и икономика“, Икономически университет, Варна
- Рибов М. (2005), Конкурентни стратегии в туризма, Тракия М
- Рибов М. (2005), Стратегическият избор в туризма, Тракия М
- Станкова М. (2008), Диверсификационни стратегии в туризма, ЮЗУ Неофит Рилски
- Станкова М. (2010), Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация, ЮЗУ Неофит Рилски
- Тончева Т. (2009), Природоползване в туризма, УИ Стопанство, София



Заглавие на модула	Код на модула	Заглавие на темата	Код на темата
<b>Предприемачество</b>	М3	Социална устойчивост и корпоративна отговорност <sup>42</sup>	T13
<b>Методи за обучение и преподаване</b>			
Академичен хорариум	От които	Контактни часа /лекции, семинари, работни сесии/	Самостоятелна учебна дейност /on-line дейности, проекти, казуси учебни пътувания/
<b>9</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
<b>Тип на модула</b>		<b>Изисквания</b>	
Теоретичен и практичен		Общи за целия курс	
<b>Анотация на темата</b>			
<p>Основният предмет на тази тема е социалната устойчивост и корпоративната отговорност. Темата се състои от две подтеми:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ на социалното въздействие и корпоративната социална отговорност (КСО)</li> <li>2. Практика и бизнес модели на предприятия за устойчив туризъм</li> </ol> <p><i>Социално въздействие и анализ на социалното въздействие</i></p> <p>Един от ключовите въпроси на анализа на социалното въздействие е как да се определи то и как да се избере най-подходящият начин за ефективно му измерване. Самият характер на социалното въздействие, както и множеството потенциални заинтересовани страни, правят процеса на оценка много труден. Ето защо има и толкова много различни подходи към темата, но няма единодушно становище за това, кой от тях е най-добър. Необходимостта от измерване е всепризната, тъй като то не само представлява начин за оценка на успеха на инвестираните ресурси и потенциала на бъдещи инвестиции, но също така предоставя ценна обратна връзка и очертава възможностите за бъдещи подобрения. Има редица предизвикателства свързани с измерването на социалното въздействие, като</p>			

<sup>42</sup> Тази тема е разработена от Факултет "Планиране и регионално развитие" към Университета в Тесалия (Гърция)

например:

- Разнообразни нужди
- голямо разнообразие на заинтересованите страни
- трудности при преобразуването на качествените ефекти в количествени резултати
- недостиг на време и ресурси

Някои платформи / методи обаче се опитват да преодолеят тези проблеми и все повече се използват за измерване на социалните ефекти. Те включват:

- SROI (Социална възвръщаемост на инвестициите)
- SIA (Оценка на социалното въздействие)
- IRIS
- SIMPLE (Оценка на социалното въздействие за местните икономики)
- и други

#### *Корпоративна социална отговорност*

Ползите на корпоративната социална отговорност (КСО) вече са широко признати. Изглежда, че се е появил консенсус и повечето от големите компании виждат КСО като основна част от корпоративната си стратегия. Малките компании обаче, също започнаха да разбират значението и ползите от това да имат КСО стратегия и все повече се ангажират с дейности, свързани с нея.

Общественото мнение и политическият натиск, свързани с необходимостта от справяне със социалните и глобалните предизвикателства (бедност, социално изключване, замърсяване на околната среда, застаряване, миграция са само част от тях), започнаха да променят традиционно възприетата роля и мисия на бизнеса (особено по отношение на мултинационални предприятия). Компаниите вече не се очакват просто да бъдат финансово успешни и да генерират печалба за своите акционери, те трябва да работят за благото на обществото като цяло и най-вече за местните общности, в които те оперират. Често тези нови цели са обобщени като "принос към устойчивото развитие" в трите си измерения - икономически, екологичен и социален (т.н. "троен положителен резултат").

Този нов подход на тройния положителен резултат мотивира компаниите да работят в близко сътрудничество със заинтересованите страни. Той също така изисква от компаниите да определят социални цели, да измерват социалните резултати и да информират обществото за своята дейност, нещо, което е малко вероятно да бъде регламентирано със закон, въпреки че практиката убедително доказва, че дейностите по КСО могат да дадат успешен отговор на редица вътрешни и външни предизвикателства и проблеми. Въпреки това КСО има да извърви дълъг път до успешното съчетаване на бизнес и социални цели. Конфронтацията на интересите на различните страни, слабата активност на МСП-та по отношение на КСО, ограничените инвестиции в социално отговорни проекти и пр. са само някои от предизвикателствата, които трябва да преодолее

КСО днес.

В широко приетото определение за корпоративна социална отговорност опазването на околната среда както сега, така и в бъдеще, е ключов фактор, произтичащ от идеята, че организациите вече не могат да функционират като самостоятелни единици, изолирани от по-широката обществена рамка. Финансовата печалба обаче, която е важен мотиватор за фирмите и управителните органи, не може да бъде напълно изключена. Разликата между двете може да бъде преодоляна като се има в предвид, че етичната позиция на предприятието към опазване на околната среда не може да бъде поддържана без необходим минимален финансов приход и печалба, докато в същото време печалбата няма да е заслужена, ако не са спазени фирмените принципи и обещания към обществеността (Mullerat, 2009). Въпреки, че социалната отговорност към околната среда варира в различните страни, региони или заинтересовани групи и обхваща широк спектър от въпроси, които трябва да обхванати (социални, управленчески, здравни, етични и други), няма съмнение, че това е значително предизвикателство пред търговските предприятия.

Въпреки аргумента, че основната цел на фирмите е печалбата, в същото време компаниите могат да допринесат за решаване на социални и екологични проблеми, като ги интегрират в стратегическите си цели, управленските си модели и ежедневните си операции. Важно е също така да се отбележи, че КСО като динамичен процес трябва да се разглежда като инвестиция, а не като разход, и трябва да се тълкува като част от управлението на качеството, включващо финансов, търговски и социален подход. Смята се, че това би намалило рисковете и нивото на несигурност.

#### *Практика и бизнес модели на устойчиви туристически предприятия*

Въпросът за устойчивостта не е нов в туризма и през годините се появила редица фирми, които успешно са приложили иновации с цел нейното подобряване. Последната част от тази тема разглежда приликите и разликите в тези предприятия, преобладаващите бизнес модели, вида на нововъведенията, както и предизвикателствата, пред които те са изправени, като се анализират реални казуси и практики от сферата на туризма и гостоприемството.

#### Учебни цели

Тази тема има за цел да запознае студентите с концепциите за социалното въздействие и корпоративната социална отговорност (CSR), както и подходите за оценка на социалното въздействие и оценка на КСО (инструменти, методологии, показатели, предимства и недостатъци за предприятията и др.). Специален акцент се поставя върху практическите и бизнес моделите на предприятията за устойчив туризъм.

От студентите се очаква да придобият съвременни знания и разбиране на въпроси, извън

знанията, които са придобили по време на предишното си обучение, чрез академична литература, казуси и други образователни материали, както и от преподаване, включително малки задачи по проекти. Целта е да се подобрят компетенциите и концептуалното разбиране за социалното въздействие и КСО, както и да се разгледат текущи практики на туристическите предприятия и бъдещите тенденции, които тепърва навлизат в сектора.

Във връзка със съдържанието на тази и предходните теми, от студентите се очаква да бъдат в състояние да разбират социалното въздействие и CSR и да прилагат научно-изследователски подход (чрез изследване, събиране и използване на материал, т.е. чрез извличане на данни и информация, подбор, организация и представяне, разбиране на принципите и критичните въпроси свързани със социалното въздействие и КСО, особено по отношение на предприемачеството, устойчивостта и туризма); да изразява структурирано и аргументирано мнение (обяснявайки проблемите по аналитичен и сравнителен начин, използвайки придобитите знания); и да формулират нови идеи и предложения (давайки обяснение и комбинирайки знания), както и да използват знанията си за по-нататъшни изследвания

Темата поставя акцент върху следните способности:

- Извличане, анализ и синтез на данни и информация чрез използване на съответните технологии (където е приложимо)
- Адаптиране към нови условия
- Лично израстване
- Работа в интердисциплинарна среда
- Генериране на нови изследователски идеи
- Уважение и зачитане на различията и междукултурния обмен
- Насърчаване на свободното, креативно и интуитивно познание

#### Резултати от обучението

След завършването на темата (под модула), обучаваният трябва да може да:

- Разбере концепцията и ключови въпроси свързани със социалното въздействие
- Добие представа за основите на анализа на социалното въздействие
- Получи на знания и разбиране на основните инструменти и методи, използвани при оценката на социалното въздействие
- Придобие разбиране за измерването на социалното въздействие
- Придобие разбиране за необходимостта от измерване на социалното въздействие и предизвикателствата пред него
- Получи основни познания за многобройните подходи за измерване на социалното въздействие
- Проумее концепцията за КСО



- Идентифицира и анализира примери за КСО в туристическия сектор
- Разбере значението на КСО за устойчивия туризъм
- Разбере ролята на различните участници и определи тяхното въздействие и значение за разработването на стратегии и инициативи за КСО
- Разбере социалните, икономическите, екологичните и културните влияния си взаимодействат при създаване на социална стойност и при разработване на инициативи за КСО
- Да бъде в състояние да идентифицира възможности за устойчиво развитие на туризма чрез дейности по КСО
- Придобие знания за съществуващите практики и преобладаващите бизнес модели на предприятията за устойчив туризъм
- Прегледа характеристиките, мотивацията и иновационните практики на предприятията за устойчив туризъм
- Идентифицира и оцени бизнес моделите за устойчиви туристически предприятия
- Анализира възможностите за устойчиво бизнес развитие в туризма

Методи за оценка

Задания (моля, избройте и опишете подробно дейностите, включени тук)

Методи за директно оценяване

• **Учебни казуси**

Студентите обсъждат и анализират реални казуси. От тях може да се изисква да предоставят решения или мнения по реални или измислени проблеми.

• **Видео материал, най-вече казуси**

Подходящи видео казуси или видеоклипове, които обясняват или представят конкретни теми и могат да бъдат използвани, за да помогнат на учениците да разберат по-добре някои от ключовите понятия в темата

• **Въпроси за дискусия**

Кратки въпроси, предназначени да подбудят дискусия по конкретна тема и участие от страна на студентите

• **Дебат**

• **Редовно посещение и активно участие в дискусиите и дебатите**

• **Тест със затворени въпроси**

• **Писмено задание или групов проект**

По-дълги дискусии, обичайно слез завършване цялостна теоретична концепция или в края на лекцията, където студентите обсъждат конкретни въпроси (или казуси) като от тях се очаква да предоставят аргументи, свързани с целите на обучението.

- **Домашна работа/ Задание**

На студентите се дава задача да се подготвят за следващия урок. Тя обикновено включва малко количество четене и изследване с възможност за кратко представяне на резултатите в час

- **Групов проект**

Като алтернатива на индивидуалните задачи, студентите могат да получат групов проект, които изисква сътрудничество и работа в екип. Тази задача може да включва и кратко представяне пред цялата група.

### Примерно съдържание на темата

#### **I. Занятия в клас**

- **Игри тип „айсбрейкър“ и въвеждащи дейности**

В началото на всяка тема се препоръчва да се започне с т.н. „айсбрейкър“ (игри-ледоразбивачи), които да ангажират студентите в учебния процес, да подобрят тяхната мотивация, да фокусират върху темата и да насърчат дух на откритост и взаимно приемане. Кратки игри от подобен характер могат да се използват и по време на урока като част от дейностите по изграждане на екип, поради тяхната способността да създават приятелска атмосфера и да отклоняват стреса. Те могат да бъдат тематично избрани, за да съответстват на съдържанието на изследването и да послужат като въведение или преход от една тема в друга.

- **Активно участие**

Очаква се студентите редовно да посещават занятията, да участват в дискусиите и другите съвместни дейности, да посещават лекциите на гост-професионалисти и експерти и да споделят знания и опит със своите колеги, като подхождат аналитично към материалите от курса.

- **Дебати и дискусии**

Студентите ще се включат в дискусии на различни наболели теми свързани с целите на курса. От тях се очаква да подкрепят мнението си с аргументи базирани на учебния

материал, личен или професионален опит, предишни натрупани знания, понятия и идеи. Всички дискусии се провеждат по конструктивен и приятелски начин докато личните критики, нападки и обиди трябва да се избягват и санкционират.

- **Казуси**

Всяка тема е подкрепена от реални практически казуси и най-добри практики в бранша на национално и световно ниво. Казусите могат да се подготвят предварително от инструктора и да се разпространяват под формата разпечатки след всяка лекция. Освен това, от студентите се очаква да проучат допълнителни казуси и да ги представят пред класа кратко, но изчерпателно. Препоръчва се всеки случай да бъде последван от групов дебат. Трябва да се събере допълнителна информация, за да се даде възможност на обучаемите да анализират и обсъдят подробно конкретния казус в рамките на специфичните политически, социални, законодателни, технологични и екологични условия.

- **Гостуващи лектори**

Когато е възможно изявени професионалисти и експерти работещи в сферата на туризма и гостоприемството ще бъдат поканени, за да споделят своите практически знания и опит. Студентите трябва да се възползват от тази възможност, като задават въпроси, проучват възможности и изграждат мрежа от контакти.

- **Лекционен курс**

**Тема 1: Социално въздействие (семинар, 1 час)**

- 1.1. Концепцията за социалното въздействие:** определение, основни характеристики, ключови въпроси, предизвикателства
- 1.2. Анализ на социалното въздействие:** методи и различни подходи към анализа на социалното въздействие
- 1.3. Инструменти за анализ на социалното въздействие:** най-често използваните инструменти за анализ на социалното въздействие, включително SROI, SIMPLE, социално счетоводство и одит и т.н.
- 1.4. Социална стойност, свързана с устойчивия туризъм:** разбиране и измерване на социалното въздействие

**Тема 2: Корпоративна социална отговорност (семинар, 1 час)**

- 2.1. Концепцията за КСО:** определение, практики и двигатели на КСО
- 2.2. Теории за КСО:** инструментални теории, политически теории, интегративни подходи, етични теории
- 2.3. Предизвикателства и пречки пред корпоративната социална отговорност:** КСО е изправена пред много предизвикателства, свързани с обществото, в което функционира компанията, размер на предприятието, НПОи, фокусът върху

икономическите резултати, пазара на труда, разнопосочни интереси на заинтересованите страни и др.

- 2.4. Управление на инициативи за КСО:** инструменти и методологии за управление и наблюдение на стратегията и дейностите по КСО
- 2.5. Практики на КСО и бъдещи тенденции:** настояща стратегии и бъдещи тенденции в областта на корпоративната социална отговорност
- 2.6. КСО в туристическия сектор:** Практики на КСО в туристическия сектор. Добри практики и особености
- 2.7. КСО и устойчиво развитие:** дейности по КСО и приноса на корпоративната отговорност за устойчивото развитие

### **Тема 3: Практика и бизнес модели на предприятия за устойчив туризъм (семинар, 1 час)**

- 3.1. Устойчиви туристически предприятия:** характеристики, сходства и преобладаващи бизнес модели
- 3.2. Съвременни практики на предприятията за устойчив туризъм:** казуси, показващи успешни бизнес практики в туризма с положително въздействие върху устойчивото развитие и акцент върху иновациите

## **II. Самостоятелна учебна дейност**

### **1. Тема 1: Социално въздействие (2 часа)**

**1. Препоръчителни видеоклипове и други онлайн ресурси:** На студентите ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да им дадат възможност да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

#### **2. Препоръчителна литература**

Малък брой подбрани книги и / или статии, които да придобият по-нататъшни знания и разбиране по дискутираните теми в класната стая ще бъдат предложени на обучаемите.

#### **3. Задание**

На студентите ще бъде дадена задача, която да бъде завършена за следващия урок. Задачата ще бъде или индивидуална, или групова (по избор на студент) и може да включва изследване, оценка и препоръки за подобрения в рамките на реален казус

### **2. Тема 2: Корпоративна социална отговорност (2 часа)**

**1. Препоръчителни видеоклипове и други онлайн ресурси:** На студентите ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.),



които да им дадат възможност да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

## **2. Препоръчителна литература**

Малък брой подбрани книги и / или статии, които да придобият по-нататъшни знания и разбиране по дискутираните теми в класната стая ще бъдат предложени на обучаемите.

## **3. Задание**

Обучаемите ще бъдат помолени да намерят, анализират и представят няколко казуса на добри практики в туризма (за предпочитане на местно равнище), които по някакъв начин са свързани с КСО и устойчивото развитие. Анализът трябва да разглежда заинтересованите страни, предимства и недостатъци, пречки и предизвикателства, политики, законодателна рамка и други въпроси по същество.

## **3. Тема 3: Практики и бизнес модели на устойчивите туристически предприятия (2 часа)**

**1. Препоръчителни видеоклипове и други онлайн ресурси:** На студентите ще бъдат предложени редица онлайн ресурси (видеоклипове, форуми, уебсайтове, блогове и т.н.), които да им дадат възможност да получат по-задълбочено разбиране и познания по темите, дискутирани в клас.

## **2. Препоръчителна литература**

Малък брой подбрани книги и / или статии, които да придобият по-нататъшни знания и разбиране по дискутираните теми в класната стая ще бъдат предложени на обучаемите.

## **3. Задание**

Обучаемите ще бъдат помолени да намерят, анализират и представят няколко казуса на добри практики в туризма (за предпочитане на местно равнище), които по някакъв начин са свързани с КСО и устойчивото развитие. Анализът трябва да разглежда заинтересованите страни, предимства и недостатъци, пречки и предизвикателства, политики, законодателна рамка и други въпроси по същество.

## **Ресурси**

### **Работна среда:**

- Учебни зали с подходяща площ, вентилация и осветление
- Електрическа инсталация и контакти; резервен източник на електричество
- Достъп до интернет
- Съответствие с разпоредбите касаещи сигурността, чистотата, безопасността и т.н. съгласно действащото законодателство

### Обзавеждане и оборудване:

- Маса и стол за преподавателят и всеки обучаем
- Компютър (настолен или лаптоп) с компютърни програми за презентации като Microsoft PowerPoint
- Мултимедиен проектор или телевизор
- Бяла или черна дъска. Материал за писане върху нея.
- Принтер и / или копирна машина за печат и копиране на учебни материали, казуси и тестове

### Учебни ресурси:

- Презентации на PowerPoint в цифров формат
- Печатни материали по презентациите
- Разпечатки с учебната програма, модулните книги и заданията
- Разпечатки на казуси и тестове
- Визуални и аудио материали по учебното съдържание
- Списък на задължителната и препоръчителна литература, която се намира в учебната онлайн програма, уроци и задания, както и допълнителна информация относно конкретни аспекти на курса

### Други:

- Дневник за отбелязване на присъстващи и отсъстващи
- Пособия за еднократно ползване като тетрадки, моливи, химикали, маркери за дъска и др.

### Задължителна и препоръчителна литература

#### Задължителна литература

- Курсови материали и ръководства, публикувани в онлайн платформата за обучение
- Практически казуси, дадени като допълнителен материал за всяка сесия

#### Препоръчителна литература (чуждестранни източници)

- Aras, G., and Crowther, D. (2009). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility in Context. In: G. Aras and D. Crowther, eds., *Global Perspectives on Corporate Governance and CSR*. Gower, pp. 1-42.
- Arvidson, M. et al. (2010). *The Ambitions and Challenges of SROI*. Third Sector Research Centre.
- Banerjee, S. (2007). *Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly*. Edward Elgar.
- Blowfield, M. and Murray, A. (2008). *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford: Oxford University Press.

- Carroll, A.(1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4), pp. 39-48.
- Carroll, A. and Shabana, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), pp. 85-105.
- Cedillo T. et al. (2014). Four Case Studies On Corporate Social Responsibility: Do Conflicts Affect A Company's Corporate Social Responsibility Policy? *Utrecht Law Review*, 8(3), pp. 51-73.
- Costa, R. and Menichini, T. (2013). A Multidimensional Approach for CSR Assessment: The Importance of the Stakeholder Perception. *Expert Systems with Applications*, 40(1), pp. 150–161.
- Derickson, R. et al. (2007). *Awakening Social Responsibility: A Call to Action*. Silicon Valley: Happy About.
- Dufour, B. (2015). State of the Art in Impact Measurement: Methods for Work Integration Social Enterprises Measuring their Social Value in a Public Context, *5th EMES International Research Conference on Social Enterprise*, 29th June - 3rd July 2015.
- EMAS (2011). *The European Eco-Management and Audit Scheme*. Leaflet. [online] Available at: [http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/leaflets/emasleaflet\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/leaflets/emasleaflet_en.pdf).
- European Commission (2011). *A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. COM(2011) 681 final.
- European Commission (2014). *Corporate Social Responsibility: National Public Policies in the European Union*. Compendium.
- Garg, A. (2013). Balanced Scorecard and Corporate Social Responsibility. *International Journal of Management Research and Review*, 3(7), pp. 3178–3183.
- GECES Sub-group on Impact Measurement (2014). *Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission Legislation and in Practice Relating to: EuSEFs and the EaSI*, GECES
- Hohnen, P. (2007). *Corporate Social Responsibility. An Implementation Guide for Business*. International Institute for Sustainable Development.
- International Institute for Sustainable Development (2013). *Corporate Social Responsibility (CSR)*. [online] Available at: <https://www.iisd.org/business/issues/sr.aspx>
- Lyon, T. and Maxwell, J. (2008). Corporate Social Responsibility and the Environment: A Theoretical Perspective. *Review of Environmental Economics and Policy*, 1(0), pp. 1-22.
- Nicholls, J. et al. (2009). *A Guide to Social Return on Investment*. London: Office of the Third Sector, The Cabinet Office.
- OECD and EU (2015). *Policy Brief on Social Impact Measurement for Social Enterprises*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Panayiotou, N., Aravossis, K. and Moschou, P. (2009). A New Methodology Approach for Measuring Corporate Social Responsibility Performance. *Water, Air, & Soil Pollution: Focus*,

9(1-2), pp. 129-138.

- Porter, M., and Kramer, M. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89 (1-2), pp. 62-77.
- Rangan, K., Chase, L. and Karim, S. (2012). Why Every Company Needs a CSR Strategy and How to Build it. *Harvard Business School Working Paper*, Vol. 12-088.
- Rangan, K., Chase, L. & Karim, S. (2015). Social Responsibility: The Truth about CSR. *Harvard Business Review*, January February Issue. [online] Available at: <https://hbr.org/2015/01/the-truth-about-csr>.
- UN Global Compact (2015). *Guide to Corporate Sustainability*. [online] Available at: <https://www.unglobalcompact.org/library/1151>.
- Zappalà, G. and Lyons, M. (2009). *Recent Approaches to Measuring Social Impact in the Third Sector: An Overview*. CSI Background Paper No. 6 July 2009, Centre for Social Impact.

#### **Препоръчителна литература и източници (национални)**

- Димитрова М. (2018), Въведение в социалното предприемачество, Матадор 74
- Драмалиева В. (2018), Бизнес етиката в съвременния мениджмънт, УНСС
- Нисторов И., (2017), Социалното включване – основи за икономиката на развитието, Перфект консулт
- Пейчева М. (2015), Социален одит и одит на човешките ресурси, УНСС
- Пейчева М., Вейсел А., Динева В. (2016), Корпоративна социална отговорност – теория, отчетност и одит, УНСС