

КОНСПЕКТ

за държавен изпит по магистърска програма „Управление на туристическите агенции“

1. Място, роля и значение на туроператора и туристическия агент
2. Управление на туроператорската и агентска дейност в условията на неопределеност
3. Резервационни системи в туризма. Он-лайн туристически агенции (ОТА)
4. Способи за интегриране на инструментариум на маркетинга в туроператорската и агентска дейност
5. Промоционалните дейности в туроператорската и агентска дейност
6. Стратегии на ценовата политика в туроператорската и агентска дейност. Видове цени, себестойност, комисионни. Платежни документи и начин на плащане, анулации и неустойки
7. Видове транспорт в туризма. Продажба на билети. Резервиране на транспорт. Туристически трансфер
8. Изготвяне на туристически маршрути
9. Работа с клиенти – Взаимодействие и грижа за клиента
10. Подготвителни дейности по реализиране на пакетни пътувания

Препоръчителна литература:

1. Георгиев Ст., Василева М. (2005) Туризм и туроператорска дейност – регистриране, категоризиране и контрол, Нова звезда.
2. Емилова Ир. (2017). Туроператорска и турагентска дейност, УИ Нов български университет, София.
3. Нешков М, Казанджиева В. (2013) Пътнически агенции и транспорт в туризма, Наука и икономика ИУ, 2013 г.
4. Рибов М. и колектив (2009). Туроператорска, агентска и транспортна дейност, Тракия-М.
5. Станкова, М. (2014). Туроператорска и агентска дейност: Операционализиране, УИ „Неофит Рилски“.
6. Закон за туризма, достъпен на адрес:
<https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/zakoni/zakon-za-turizma>

CONSPECT

for the state exam in the master's program "Travel Agency Management"

1. Place, role and importance of the tour operator and travel agent
2. Management of tour operator and agency activities in conditions of uncertainty
3. Reservation systems in tourism. Online travel agencies (OTA)
4. Ways to integrate marketing tools in tour operator and agency activities
5. Promotional activities in tour operator and agency activities
6. Pricing strategies in tour operator and agency activities. Types of prices, cost, commissions. Payment documents and payment methods, cancellations and penalties
7. Types of transport in tourism. Ticket sales. Transport booking. Tourist transfer
8. Preparation of tourist routes
9. Working with customers - Interaction and customer care
10. Preparatory activities for the implementation of package tours

Recommended literature:

1. Nyaruwata, Sh. (2022) Managing a Tour Operating Business, Cambridge Scholars Publishing, <https://www.cambridgescholars.com/resources/pdfs/978-1-5275-8152-4-sample.pdf>
2. Page, S. J., Connel, J. J. (2009). Tourism: A Modern Synthesis. Third Edition Butterworth Publications; London.
3. Tour Guide Training Module 1: Professionalism Trainer Manual, https://www.swisscontact.org/Resources/Persistent/7/7/f/9/77f9fccaad269a55794bc92a5395b51458d9d92e/Trainer_Manual_Mod_1_Print_version.pdf
4. Mill, Robert Christie (2002). Tourism the International Business. The Open University of Hong Kong, https://www.opentextbooks.org.hk/system/files/export/36/36924/pdf/Tourism_the_International_Business_36924.pdf