

КОНСПЕКТ

за държавен изпит на специалност „Устойчив туризъм“ – ОКС „бакалавър“

1. Туризъм: дефиниция, основни характеристики и форми на туризма;
2. Туристически ресурси: определение, класификация и значение за развитието на туризма;
3. Сертифициране за устойчив туризъм: видове, основни международни и национални сертификати, критерии и ползи за туризма;
4. Туристическо предприятие – обща характеристика. Същност и функции на туристическото предприятие. Видове туристически предприятия. Ресурси на туристическото предприятие;
5. Приходи, разходи и печалба на туристическото предприятие. Приходи на туристическото предприятие – същност, видове и основни направления за увеличаване на приходите. Разходи на туристическото предприятие – същност, видове и основни направления за намаляване на разходите. Себестойност, рентабилност и печалба на туристическото предприятие;
6. Управленски практики за човешките ресурси в туристическото предприятие;
7. Дефиниране на туристическата дестинация – представяне на концепцията за жизнен цикъл на туристическата дестинация на Бългър във връзка с устойчивото развитие;
8. Планиране на туристическата дестинация – теоретични основи и добри практики във връзка с устойчивостта. Фактори и условия за устойчивост на туристическата дестинация;
9. Същност, нормативно регулиране, организация на туроператорската и туристическата агентска дейност;
10. Пакетни пътувания. Видове. Организиране и провеждане. Защита на интересите на туристите и личните данни;
11. Технология и организация на хотелиерското обслужване. Технология на обслужването във фронт офис;
12. Допълнителни хотелиерски услуги. Рум сервиз. Търговска дейност. Битови услуги. Спортно-развлекателни дейности. Спа и уелнес услуги. Анимация в хотелиерството;
13. Технология и организация на ресторантьорското обслужване. Етапи на процеса обслужване в ресторанта (посрещане и настаняване на гостите, вземане на поръчка от гостите и предаване за изпълнение, заплащане на консумацията, изпращане);
14. Характеристики (дескриптори) и атрибути на туристическия бранд. Емоциониране и позициониране на туристическия бранд;
15. Корпоративна социална отговорност: модел за позициониране на бранда;
16. Конкуренция, конкурентно предимство и устойчиво развитие в туризма. Дефиниции, цели и политики;
17. Управление на устойчивото развитие в туризма;
18. Маркетингови комуникации за устойчив туризъм;
19. Концепция за управление на туристическите преживявания. Ключови елементи за създаване на незабравими преживявания за туристите;
20. Технологии (виртуална реалност, мобилни приложения и интелигентни системи) за подобряване на туристическите преживявания;
21. Развитие на специализирани видове туризъм в България (балнео и спа, екотуризъм, селски туризъм, културен туризъм, винен туризъм, кулинарен

туризъм, спортен туризъм). Условия и ресурси, състояние, териториални особености, фактори и тенденции.

Литература:

1. Анастасова, Л. (2010). Маркетинг на туристическия продукт – комуникационен микс в туризма и услугите, Бургас;
2. Ангелова, Г. (2020). Туристически брандинг. Предизвикателства и добри практики, Благоевград: УИ „Неофит Рилски“;
3. Василева, В. (2018). Природни туристически ресурси на България;
4. Великова Е., М. Станкова, С. Кирилов, С. Калейчев, Г. Ганчев, В. Ценков, Н. Патонов (2018). Устойчиво развитие, управление и планиране, УИ „Неофит Рилски“, Благоевград;
5. Воденска, М., М. Асенова (2011). Въведение в туризма, София: Матком;
6. Георгиев, Г., Р. Мадгерова (2010). Въведение в туризма, Благоевград, УИ „Неофит Рилски“;
7. Дачева, С. и кол. (2008). Хотелиерство (Организиране, обслужване и функциониране на хотела), Изд. Дионис;
8. Доганов, Д., Дуранкев, Б., Катранджиев, Х. (2003). Интегрирани маркетингови комуникации. София, УИ „Стопанство“;
9. Кръстева, В., Т. Ташева (2011). Туристически ресурси;
10. Личев, Т., М. Стоянова (2019). Туристически ресурси;
11. Маринова, Н. (2019). Икономика на туризма, С: Изд. НБУ;
12. Наръчник за развитие на еко туристически услуги и продукти BG2005/017-454.03.03;
13. Нешков, М., В. Казанджиева (2007). Икономика на туристическата фирма, С: Изд. НБУ;
14. Подход на ЕС към устойчивото развитие, https://ec.europa.eu/info/strategy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-approach-sustainable-development_bg;
15. Рибов, М. и кол. (2007). Ресторантьорство и хотелиерство, С: Изд. Тракия-М;
16. Славейков, П., Кл. Найденов (2009). Икономика на туризма, С: УИ „Св. Климент Охридски“;
17. Стамов, Ст., Кр. Никовска (2013). Хотелиерство: Технология, организация, управление, Пловдив: Изд. Кота;
18. Стамов, Ст., Й. Алексиева (2005) Хотелиерство. Технология, организация, мениджмънт, Пловдив: Изд. Кота;
19. Станкова, М. (2006). Алтернативни форми на туризъм. Организационни принципи и управленски практики, Благоевград: УИ „Неофит Рилски“;
20. Станкова, М. (2016). Туристическите дестинации и устойчивото развитие, Глава пета в *Съвременни тенденции в развитието на туризма*, Издателска къща „Тракия-М“, сс. 127-165;
21. Станкова, М. (2016). Ограничаване на природните и социални заплахи в туризма, Благоевград: УИ „Неофит Рилски“, с. 276;
22. Тодоров, Д. (2019). Ресторантьорство, С: Изд. Матком;
23. Тодоров, Д. (2022). Хотелиерство, С: Изд. Матком;
24. Христова, Т., М. Велева и съавтори (2012). Управление на човешките ресурси в туризма, Варна: изд. „Наука и икономика“;

25. Batabyal, D. (2018). *Managing Sustainable Tourism Resources*, IGI Global;
26. Bien, A. (n.d.) A SIMPLE USER'S GUIDE TO CERTIFICATION FOR SUSTAINABLE TOURISM AND ECOTOURISM, https://www.responsibletravel.org/docs/Ecotourism_Handbook_1.pdf;
27. Charles R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie (2011). *Tourism : principles, practices, philosophies* /.—12th ed.;
28. de Bruyn, C., Said, F. B., Meyer, N., & Soliman, M. (2023). Research in tourism sustainability: A comprehensive bibliometric analysis from 1990 to 2022. *Heliyon*;
29. Holloway, J. C., C. Humphreys (2020). *The Business of Tourism*, 11th Edition;
30. Honey, M. (2002). *Ecotourism and Certification: Setting Standards In Practice*. Island Press;
31. Jonker, J., M. de Witte (2006). *Management Models for Corporate Social Responsibility*, Springer book;
32. Ravinder N. Batta (2009). *Green Tourism: Certification Manual*. Asian Productivity Organization;
33. R. Black, A. Crabtree (2007). *Quality Assurance and Certification in Ecotourism*, CABI;
34. Ritchie, Brent, Geoffrey Crouch and Simon Hudson (2001). "Developing Operational Measures for the Components of a Destination Competitiveness/Sustainability Model: Consumer versus Managerial Perspectives." In *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure* edited by Geoffrey Crouch. CABI: Wallingford;
35. Sharma, A. (Ed.). (2019). *Sustainable Tourism Development: Futuristic Approaches* (1st ed.). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780429397998>;
36. Sharpley, R., & Stone, P. (2012). Contemporary Tourism Experience. *Concepts and consequences*, 96, 109;
37. Sustainable Development through Protection and Preservation of Waters and Biodiversity across the Border;
38. Sustainable Tourism for Development. Guidebook: Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_dialogue/sector/documents/publication/wcms_216669.pdf ;
39. Sustainable tourism management instruments, <https://wilderness-society.org/sustainable-tourism-management/>;
40. Velenturf, A. P., & Purnell, P. (2021). Principles for a sustainable circular economy. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1437-1457.