

## **Наименование на учебния курс: Конкурентноспособност на туристическия продукт**

**Преподавател: гл.ас. д-р Малина Шиблова**

### **АНОТАЦИЯ:**

Целта на курса е студентите да придобият знания, умения и навици да анализират конкурентна среда и познавайки успешните туристически практики на туризма в ЕС да са подготвени теоретично да управляват ефективно всяка туристическа фирма. Курсът цели и да запознае студентите с основните аспекти на управлението на конкурентоспособността на туристическия продукт в хотелиерството, ресторантьорството, балнео, СПА и Уелнес центровете и туроператорските и турагентските фирми.

В учебният курс:

- са включени основните теми от теорията за конкурентоспособността и успешните практики на туризма в ЕС;
- се изясняват основни терминологични понятия, свързани с конкурентоспособността и конкурентните предимства на туристическия продукт;
- се характеризират детайлно основните източници за осигуряване на конкурентоспособността на туристическата фирма и източниците на конкурентно предимство;
- се обръща специално внимание на оценката на конкурентоспособността на туристическия продукт, възникването и реализацията на идеята за оценка на конкурентоспособността;
- се анализират критериите и показателите за конкурентоспособност на туристическия продукт;
- се разглеждат методите за оценка на конкурентоспособността на туристическия продукт;
- се характеризира туристическия продукт: структура, типология и жизнения цикъл на туристическия продукт – хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски и турагентски;
- в ретроспективен план се анализира развитието на туризма в България, състоянието на конкурентоспособност и се очертават основните конкурентни предимства на българския туристически продукт;
- се извършва SWOT анализ на европейския туризъм и анализ на конкурентоспособността на българския туристически продукт;
- се очертават насоките за повишаване на качеството и конкурентоспособността на българския туристически продукт.

### **БИБЛИОГРАФИЯ:**

#### **А. ОСНОВНА:**

1. Закон за туризма, Държавен вестник, бр. 30, 2013.
2. Рибов, М., Конкуренция и конкурентоспособност на туристическия продукт, УИ „Стопанство”, С., 1997.
3. Рибов, М., Управление на конкурентоспособността в туризма, изд. „Тракия-М”, С., 2003.
4. Рибов, М., Конкурентни стратегии в туризма, изд. „Тракия-М”, С., 2005.
5. Рибов, М., и кол., Системи за качество и конкурентоспособност, изд. „Тракия-М”, С., 2013.

#### **Б. ДОПЪЛНИТЕЛНА:**

1. Анастасова, Л., Маркетингови проучвания в туризма, изд. „Селекта”, Бургас, 1998.
2. Маринов, Ст., Маркетингово управление на конкурентоспособността на туристическата дестинация, изд. „Славена”, Варна, 2006.
3. Милева, С., Международен туризъм, изд. „Авангард Прима”, С., 2011.
4. Попова, Н., Териториално развитие на туризма, изд. „Авангард Прима”, С., 2012.
5. Ракаджийска, Св., и кол., Препозициониране на туристическа дестинация България, изд. „Наука и икономика”, Варна, 2005.

6. Рибов, М., Туризмът в ерата на качеството, изд. „Тракия-М”, С., 2003.

7. Шиблова, М., Теоретико-методологични въпроси на конкурентоспособността на регионалния туристически продукт, изд. „Авангард Прима”, С., 2014.