



ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА СПЕЦИАЛИЗИРАЩА ПРАКТИКА СПЕЦИАЛНОСТ „ИКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ НА ТУРИЗМА”

Програмен координатор: Проф.д-р Лина Анастасова

I. Основна цел

Основна цел на специализиращата практика е студентите да се запознаят с опита на българските организации и да изследват отделни аспекти на тяхната дейност. Едновременно с това да придобият определени практически умения, необходими за упражняване на бъдещата професия.

II. Продължителност и удостоверяване на провеждането

Специализиращата практика има продължителност не по-малко от 45 дни. Провеждането ѝ се удостоверява със служебна бележка издадена от организацията, в която е проведена. Служебната бележка трябва да съдържа информация за реалната продължителност на практическото обучение.

III. Изисквания към отчета

Отчетът трябва да е с обем до 20 стандартни страници (30 реда на страница, 65 знака на ред). Теоретическата част да е описана в много кратка форма. Основното в отчета е проучването на възложените аспекти от дейността на конкретната организация. Където е необходимо, могат да се прилагат първични документи, отразяващи отделни страни от дейността на организацията. При оформянето на отчета да се ползват програмните продукти Word и Excel.

IV Структура на отчета

За специалност “ИКОНОМИКА И МАРКЕТИНГ НА ТУРИЗМА” отчетът трябва да има следната структура:

1. Стопанска (туроператор, туристически агент, хотелска верига, хотелски комплекс) или нестопанска организация/браншова организация в туризма, в която е проведен стажът-наименование, юридически статус.
2. Предмет на дейност на стопанската/нестопанската организация-кратко описание.
3. Управленска структура на организацията
4. Ролята на маркетинга във връзка с усъвършенстване дейността на фирмата/нестопанската организация (прилагане на длъжностна характеристика на специалиста по маркетинг и/или на маркетинг-мениджъра, ако има такъв).
5. Статутът на маркетинговия отдел (ако е голяма фирмата) и на ръководителя на отдела или на маркетинговия специалист в обекта (ако няма отдел). Описание на изпълняваните дейности и задачи от стажанта.
6. Анализ на продуктовата политика на организацията (продуктова гама- ширина, дълбочина, видове туристически продукти, иновации, брандинг и основни потребителски сегменти).
7. Анализ и оценка на комуникационната политика на организацията: структура на комуникационния микс: реклама, ПР, насърчаване на продажбите, лични продажби, интернет реклама и маркетинг чрез социалните мрежи;
8. Оценка на ценовата политика на фирмата/ стопанската организация- ценови стратегии, методи на ценообразуване.
9. Описание на дистрибуционни канали- структура, дължина на канала и характеристика на използваните посредници.
10. Изводи и оценка на маркетинга на туристическата фирма; Конкретни мерки /насоки за подобряване на маркетинговата дейност на фирмата (важно е да се чувства личното мнение, оценка и иновативни идеи на стажанта).

Приложения: Материали от резултати от маркетинговия одит на самата фирма/организация-анализи, анкетна карта, печатни рекламни материали-1,2 бр., чек-лист от въпроси/маркетингов одит;

V. Защита на отчета

Защитата на практическото обучение се провежда по предварително обявен график в началото на следващата учебна година.

На основата на това се извършва заверка в студентските книжки и в раздел "Учебни практики" се попълва:

- тема на практиката;
- организацията, в което е проведено обучението;
- продължителност –от дата до дата.

Успешната защита на отчета ще ви донесе 5 кредита.