

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ “НЕОФИТ РИЛСКИ” - БЛАГОЕВГРАД
ФАКУЛТЕТ ПО ИЗКУСТВОТА

Благоевград 2700,

ул. “Иван Михайлов” 66,

тел. +359 73 8889-133,

E-mail: art@swu.bg Утвърждавам:

ДЕКАН НА ФИ:

/проф. д.н. Й.Гошев/

УЧЕБНА ПРОГРАМА

по

Психология на културния туризъм

Професионално направление:	Пътувания, туризъм и свободно време /шифър 1015 от Класификатор на областите от образование и обучение/
Специалност:	Културен туризъм в граничния регион /на Балканите/
Образователно-квалификационна степен:	специалист, културен туризъм /шифър 263201 от НКПД/ и специалист, турагентска дейност /шифър 33393002 от НКПД /
Професионална квалификация:	професионална квалификация по културен туризъм и туроператорска дейност
Срок на обучение:	3 месеца
Форма на обучение:	Редовна

Обучаващ факултет:

Факултет по изкуствата/ФИ

Обучаващо звено:

Лаборатория то културен туризъм

Благоевград 2018

АНОТАЦИЯ

Дисциплината „Психология на културния туризъм” е предназначена за специалисти, обучаващи се в курса „Културен туризъм в гранични региони (на Балканите)“. Включените в програмата теми са с ясно изразена практическа насоченост, усвояването на които би повишило психологическата компетентност на занимаващите се в сферата на културния туризъм за постигане на успех в работата им. Акцентира се върху проблеми, свързани с проучване мотивацията на клиента за туристическото пътуване, типове клиенти и психологически особености на тяхното обслужване. Разглеждат се психологически особености при презентацията на туристическия продукт и неговата продажба за постигане на желан ефект. В програмата са включени и теми за спецификата на деловия етикет в туризма, представят се някои техники за подход при неизбежните конфликти. Акцентира се и върху технологията за изграждане на положителен имидж на туристическата фирма. Разглеждат се тенденциите в развитието на културния туризъм от гледна точка на влиянието на различни психологически фактори, придобиващи особена значимост в постмодерната социокултурна среда.

Учебната програма по психология на културния туризъм е ориентирана към обучение на курсисти, които желаят да повишат квалификацията си за работа в туроператорски фирми, хотели и хотелски вериги, в сферата на екскурзоводството, в държавната и местна администрация, свързана с културата и туризма и пр.

Описание на курса:

Курсът включва 30 академични часа аудиторна заетост и 90 часа извънаудиторна заетост;

Крайно оценяване: текуща оценка;

Цели на учебната дисциплина:

- Да се представи същността на психологическия аспект от културнотуристическата дейност в различните ѝ форми
- Да очертае тенденциите в развитието на културния туризъм от гледна точка на променените социалнопсихологически и социокултурни параметри на живота в постмодерността
- Да запознае курсистите с психологически техники и технологии за постигане на желанния ефект при представяне и продажба на туристическия продукт

Придобити умения и компетентности:

Успешно завършилите курса специализанти познават:

- 1) Същността и спецификата на психологически аспекти от културнотуристическата дейност
- 2) Запознати са с тенденциите в развитието на културния туризъм и съответно – с неговия социалнопсихологически аспект;
- 3) Изградили са компетентност за ползване на специфични психологически техники за постигане на желанния ефект у клиентите ;

Форма на провеждане: Редовна

Учебни форми: лекции и самостоятелна работа

Език, на който се води курсът: Български

№	Лекционна тема	Лекции
1.	Психология на обслужване на клиенти в офиса на туроператорската фирма. Психодиагностика на клиента . Начин на участие в разговора /интонация, сила на гласа, височина, тембър, скорост, дишане/, култура на речта. Характерови особености Типове клиенти и психологически особености на тяхното обслужване. Видове типологии – аналитик /пасивен и неотзивчив/; ентузиаст /активен и отзивчив/; активист /активен и неотзивчив/; добродушен /пасивен и отзивчив/. Типове туристи според мотивацията.. Начини за установяване на психологически контакт	4

	<p>продавач – клиент. Умение да се слуша клиентът.</p> <p><u>Цели на темата:</u> да се представят елементи от психологията на обслужване на клиенти в офиса и изследвания за типологизирането им въз основа на поведението им - с цел намиране на оптимален подход за постигане на желания резултат.</p> <p><u>Очаквани резултати:</u> Да се разбере важността на типологизиране на клиента и намиране на най-адекватния подход за обслужването му.</p>	
2.	<p>Проучване мотивацията на клиента за туристическото пътуване – влияещи фактори /възраст, образование, социален статус, семейно положение, платежоспособност, работа, здравословно състояние, продължителност на отпуската, активност и пр./. Основни типове мотиви – рекреация, грижа за здравето, повишаване културното равнище, хоби, потребност от общуване, обучение, спорт и пр./ Типове туристи - според мотивите: почивка; участие или посещението на спортни събития; изучаването на други култури; посещението на близки; търговски интереси; посещение на събития. Типове туристи според личностните характеристики: любители на спокойствието; на удоволствието на активната почивка; на спорта; на познанието; на приключенията;</p> <p>Конструиране на разговора – видове формулировки на въпроси към клиента според желания резултат;</p> <p><u>Цели на темата:</u> да се представят видове мотивации, както и техники за проучване мотивацията на клиента за туристическо пътуване</p> <p><u>Очаквани резултати:</u> да се усвоят в основни линии начините за разбиране мотивацията на клиентите и се подходи индивидуално, намирайки най-точния тон;</p>	5
3.	<p>Психологически аспекти при презентация на културниотуристическия продукт. Видове аргументи за качеството на туристическия продукт – културноисторическа ценност, популярност; изгодна цена; комфортност; престижност на дестинацията; новост и оригиналност; традиционност; безопасност и пр. Техники за постигане на желания ефект /техники за внушение/. Методи за презентация на продукта и използване на сравнения; на метафори и епитети; на специални термини; на цифри и факти – в зависимост от типа клиент и еговата мотивация. Колебаещият се</p>	4

	<p>клиент – как да неутрализираме опасенията му; Продажба и последващи контакти с клиента.</p> <p><u>Цели на темата:</u> да се представят техники за убедителна и колоритна презентация на туристическия продукт, убеждаваща клиента за високото му качество и привлекателност.</p> <p><u>Очаквани резултати:</u> да се усвои спецификата на качествената презентация на културнотуристическия продукт</p>	
4.	<p>Деловият етикет в сферата на културния туризъм. Ефективност на работата; ред и организираност; познания в сферата на социокултурните особености на различните култури; етичност и здрав разум; целесъобразност и икономичност; универсализъм; Правила на деловия етикет – точност и пунктуалност; работа според принципа „аз печеля – ти печелиш“; култура на представянето на проблематиката; съдържаност и конфиденциалност; поддържане на приятен външен вид, адекватен на средата и повода. Качество на разговора и етикет при приветствия и представяне; отговори на въпроси. Как се говори делово по телефона</p> <p><u>Цели на темата:</u> да се запознаят специализантите със спецификата деловия етикет в културнотуристическата сфера</p> <p><u>Очаквани резултати:</u> да се разбере важноста от спазване на деловия етикет и да се усвоят основни правила в тази сфера.</p>	4
5.	<p>Психология на екскурзоводската дейност в сферата на културния туризъм. Психологически аспекти на екскурзоводска беседа: подготовка на беседата – компетентност и подбор на съдържанието; култура на речта при беседата; богатство и последователност на представяния материал; форма на поднасяне на материала; главни предпоставки за успеха на една екскурзоводска беседа</p> <p><u>Цели на темата:</u> да се разбере важноста на психологическите аспекти от една екскурзоводска беседа по културен туризъм.</p> <p><u>Очаквани резултати:</u> да се усвоят основни техники при подготовката и представянето на екскурзоводска беседа.</p>	4
6.	<p>Психологически особености в поведението на туристите. Стереотипи и основни тенденции. Характеристика на съвременния потребител на културнотуристическия продукт. Доминиращи модели на туристическо</p>	4

	<p>поведение.</p> <p><u>Цели на темата:</u> да се запознаят специализантите с някои тенденции и психологически особености в поведението на туристите</p> <p><u>Очаквани резултати:</u> да се усвоят модели за най-адекватен тип реакция и общуване с туристите съобразно особеностите в тяхното поведение</p>	
7.	<p>Тенденции в развитието на културния туризъм в епохата на постмодерността. Преминаване от недвижими към движими ресурси и обекти - от музеи идентичност; от паметници към имидж; от планини към лайфстайл, атмосфера, креативност. Индивидуализация на културните маршрути. Активна позиция на туриста при избор на маршрути и в рамките на пътуването. Комплексен характер. Културният туризъм като основен или съпътстващ елемент от туристическото пътуване.</p> <p><u>Цели на темата:</u> да се запознаят специализантите с основни тенденции в развитието на културния туризъм и социокултурните фактори за тези промени</p> <p><u>Очаквани резултати:</u> да се осмислят настъпващите промени в сферата на културния туризъм и се подготви най-добра стратегия за развитието му съобразно промените.</p>	5
ОБЩО		30 часа

ЛИТЕРАТУРА

Литература

- Иванов, Ст., М. Иванов Социална психология и туристическо поведение. Шумен, 2005
- Милева, С., М. Христова, Т., Социална психология и поведение на туриста. Варна, 2003
- Парушева, Т., Социална психология и туристическо поведение. С., 2009
- Парушева, Т., Измерения на туристическото поведение, София, 2005
- Руденко, А.М., Довгалева М.А. Психология социално-културного сервиса и туризма М.,
- Тончев, Цв., С. Милева, Социална психология и туристическо поведение. С., 2004
- Янева, М., Екскурзоводско обслужване, София, 2007.
- Янева, М., Ефективност на пбблик рилейшънс в туризма, София 2007.

Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure (Cabi) First Edition by G. I. Crouch (Editor)

Feinstein, A., The culture of Tourism, Croom Helm, London, UK, 1999

Swarbrooke, J., S., Horner, Consumer Behaviour in Tourism, Second Edition, Butterworth-Heinemann, 2006.

Wall, G., Al. Mathieson, Tourism: Change, Impacts and Opportunities, Prentice Hall, 2007.

Организация на обучението

1. Аудиторна заетост

Лекционният курс се провежда по традиционно утвърдения начин с използването и на CD, DVD и мултимедия.

2. Самостоятелна работа

Самостоятелната подготовка предвижда: запознаване с научни литературни източници; разработване на практически казуси; разработване на курсова работа и пр.

Организация на оценяването

Крайната текуща оценка се изгражда чрез:

Активност по време на занятия /25%/

Тест /30%/

Курсова работа /45%

Автор на програмата:

Подпис:

Доц.д-р Мария Вълкова

Учебната програма е обсъдена и приета на заседание на Научния съвет на Лабораторията по културен туризъм, проведено на, Протокол№.....

Ръководител на Лабораторията по културен туризъм:

проф. д.н. Васил Марков