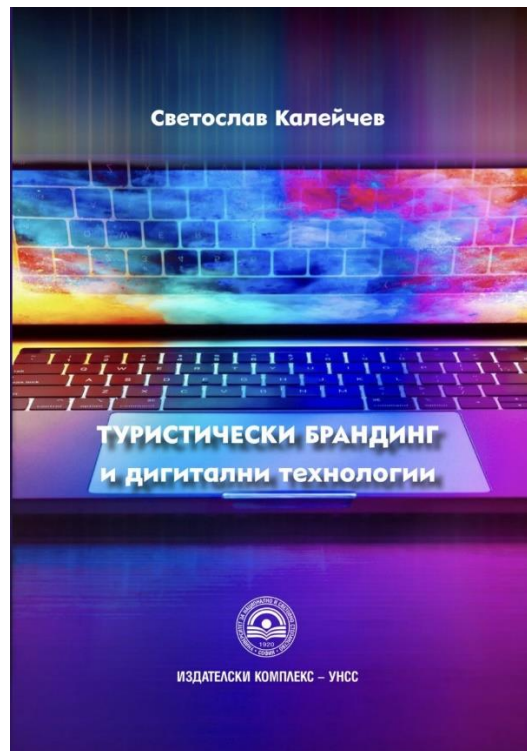


**Гл. ас. д-р Светослав Калейчев,
научен секретар на катедра „Икономика на туризма“,
е автор на две нови книги**

„Туристически брандинг и дигитални технологии“ е монография, която представя актуални и иновативни брандинг концепции, вдъхновени от прилагането и взаимодействието на дигиталните технологии със съвременната туристическа индустрия. Авторът се основава на последната маркетингова концепция на Филип Котлър, бащата на съвременния маркетинг - Маркетинг 5.0. , която засяга навлизането на дигиталните технологии в маркетинга.



„Аз показвам как новите технологии оказват влияние върху брандинга в туризма. Новите дигитални технологии са „чат бот“ (компютърни програми, които са предназначени да взаимодействат с потребителите чрез интернет), добавена реалност и виртуална реалност, booking agencies (приложение за резервации онлайн), видео с вдъхновяваща история, онлайн отзиви от клиенти и посочване на локация, изкуствен интелект. Дигиталните технологии могат да бъдат използвани с цел по-добър брандинг в туризма и съответно да подпомогнат туристическия бизнес“, обясни гл. ас. д-р Светослав Калейчев.



„Брандингът е много важен в туристическия бизнес, защото той превръща обикновената търговска марка в смисъл, дава ѝ значение, превръща я в стойност, която остава в съзнанието на клиентите и създава асоциации. Асоциации, свързани с едно хубаво преживявания, с едни прекрасни монети, които те карат отново да се върнеш на същото място“, каза авторът на книгата.

Книгата включва изследване на степента на използване на съвременните технологии от петзвездни хотели, ресторанти и туристическите агенции в България. Изводът е, че повечето хотели в своите сайтове използват различните дигитални инструменти, но по отношение на ресторантите се забелязва изостаналост (от 50 ресторанта само в 12 се използват някои технологии). По отношение на туристическите агенции изводите са, че и те не използват достатъчно дигиталните технологии, въпреки че там има най-много поле за изява. Накрая авторът е разработил модел за подобряване на туристическия брандинг, именно чрез използване на дигиталните технологии.

Учебното помагало със заглавие „Маркетинг в туризма“ на гл. ас. д-р Светослав Калейчев е в помощ на студентите, които изучават дисциплината „Маркетинг в туризма“, структурирано и разработено по начин, който позволява най-ефективно изучаване на дисциплината. Представена е предпоследната концепция в Маркетинг – 4.0, която е преходът от стандартния маркетинг към дигиталните технологии. Всяка тема завършва с въпроси и отделно са публикувани тестове.