

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Брендинг туристских территорий
Краткое содержание	Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления. Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма Информационное обеспечение маркетинга в туризме Поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания Сегментационный подход к выбору целевых рынков Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне Мировая и российская практика маркетинга туристской брендовой дестинации Планирование и организация рекламной кампании в туризме Товарные знаки и брендинг как инструмент продвижения в туризме Маркетинг города. Понятие маркетинга города. Научно-исследовательская деятельность маркетинга и брендинга туристской дестинации. Правовое регулирование коммуникационной деятельности в туризме
Результаты освоения дисциплины	Осуществляет продвижение и продажу турпродукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий
Трудоемкость, з.е.	3 з.е.
Форма отчетности	Зачет
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Домнин, В.Н. Брендинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.Н. Домнин. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 313 с. 2. Идрис, М. Брендинг за 60 минут / М. Идрис. - М.: Эксмо, 2016. - 256 с. 3. Карпова, С.В. Брендинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 439 с. 4. Рожков, И.Я. Брендинг: Учебник / И.Я. Рожков. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 331 с.
Дополнительная литература	1. Чернышева, А.М. Брендинг: Учебник для бакалавров / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 504 с. 2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2016. - 324 с.