

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.08.2023 14:07:20
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиал)
СКФУ

_____ М.В. Мартыненко
«28» марта 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Брендинг туристских территорий

Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) Туристическая деятельность
Форма обучения очная
Год начала обучения 2022
Реализуется в **8** семестре

Разработано

Доцент кафедры ТиГД, кандидат
экономических наук Емцева Н.С.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Пятигорск, 2022 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов знания об основных понятиях в области концепции брендинга туристской дестинации об основных видах и типах туристских брендах, содержания и особенностях их формирования, сущности и их специфики.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование целей разработки туристского бренда, выявление приоритетов в их проектировании;
- оперативное и стратегическое прогнозирование успешности туристских брендов на сервисном рынке на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне;
- совершенствование процессов разработки и реализации туристских брендовых продуктов продвижения дестинации, отвечающих требованиям потребителей, оценка экономической эффективности туристских брендовых продуктов продвижения дестинации;
- выявление и оценка инновационно-технологических рисков процессов реализации туристских брендовых продуктов продвижения дестинации;
- организационно-управленческая маркетинговая деятельность в области проектирования и реализации туристских брендовых продуктов продвижения дестинации;
- организация и управление процессами формирования и реализации туристских брендовых продуктов продвижения дестинации, отвечающих требованиям потребителей, работой коллектива предприятия туристской индустрии.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брендинг туристских территорий» относится к обязательной части, дисциплин подготовки бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 Туризм. Ее освоение происходит в 8 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-6 Способен к продвижению и продаже туристского продукта с использованием современных технологий	ИД-3 ПК-6 Осуществляет продвижение туристской дестинации	Осуществляет продвижение и продажу турпродукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий:		З.е.	Астр. ч.	Из них в форме практической подготовки
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ				
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6				
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна				
Всего:		3	81	
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022			31,5	

Лекций		13,5	
Лабораторных работ			
Практических занятий		18	
Самостоятельной работы		49,5	
Формы контроля:			
Зачет	8 семестр		

* Дисциплина (модуль) предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

5.1. Тематический план дисциплины (модуля)

№	Раздел (тема) дисциплины	Реализуемые компетенции, индикаторы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов				Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Групповые консультации	
8 семестр							
1	Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления.	ПК-6 (ИД-3)	1,5	1,5	-	-	4,5
2	Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма		3	1,5	-	-	4,5
3	Информационное обеспечение маркетинга в туризме		-	1,5	-	-	4,5
4	Поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания		4,5	1,5	-	-	4,5
5	Сегментационный подход к выбору целевых рынков		-	1,5	-	-	-
6	Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне		4,5	1,5	-	-	4,5
7	Мировая и российская практика маркетинга туристской брендовой		-	1,5	-	-	4,5
8	Дестинация	ПК-6 (ИД-3)	-	1,5	-	-	4,5
9	Туризм		-	1,5	-	-	4,5
10	Брендинг		-	1,5	-	-	4,5

Документ подписан ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Шебзухова Татьяна Александровна

с 20.08.2021 по 20.08.2022

Сертификат:	12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец:	Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен:	с 20.08.2021 по 20.08.2022

	как инструмент продвижения в туризме						
10	Маркетинг города. Понятие маркетинга города.		-	1,5	-	-	4,5
11	Научно-исследовательская деятельность маркетинга и брендинга туристской дестинации.		-	1,5	-	-	4,5
12	Правовое регулирование коммуникационной деятельности в туризме		-	1,5	-	-	4,5
Итого за 8 семестр			13,5	18	-	-	49,5
Итого			13,5	18	-	-	49,5

5.2 Наименование и содержание лекций

№ Темы дисциплины	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Из них практическая подготовка, часов
8 семестр			
1	Тема 1. Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления. Понятия «маркетинговая ориентация», «ориентация на потребителя», «ориентация на рынок». Организационные выводы, следующие из концепции маркетинга. Факторы, обуславливающие развитие глобального маркетинга. Изменение роли и функции маркетинга внутри компании.	1,5	-
2	Тема 2. Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма. Роль аналитической функции маркетинга в обеспечении процесса принятия управленческих решений. Факторы, формирующие микро- и макросреду маркетинга. Влияние маркетинговой среды на развитие рынка туристских, гостиничных и ресторанных услуг. Основная цель маркетинга — максимальное удовлетворение потребностей клиентов. STER-анализ. Оценка основных этапов проведения стратегического маркетингового анализа. Модель конкурентных сил Портера и ее использование в оценке конкурентной среды. SWOT-анализ и его возможности	3	-
4	Тема 4. Поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания. Влияние на поведение потребителей экономических и социальных факторов. Влияние на поведение потребителей их ролей и статусов. Исследование процесса принятия решения о покупке. Эффективные маркетинговые программы для	4,5	-

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	завоевания и удержания потребителей. Обстоятельства, влияющие на принятие окончательного решения о покупке. Уменьшение ощущения риска, вызываемого у потребителей потенциальной покупкой. Уменьшение у потребителей чувство осознанного диссонанса		
6	Тема 6. Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне. Основные элементы коммуникации. Направления коммуникационных технологий в туризме. Цель формирования и поддержания связей с целевой аудиторией. Коммуникационная деятельность в области туризма на макро-, мезо- и микроуровне. Процесс стимулирования сбыта. Меры по стимулированию сбыта.	4,5	-
Итого за 8 семестр		13,5	-
Итого		13,5	-

5.3 Наименование лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

5.4 Наименование практических занятий

№ Темы дисциплины	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Из них практическая подготовка, часов
8 семестр			
1	Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления. 1. Развитие маркетинговой концепции управления. 2. Маркетинговые технологии в индустрии туризма.	1,5	-
2	Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма 1. Тенденции внешней среды маркетинга. 2. Анализ факторов внешней среды.	1,5	-
3	Информационное обеспечение маркетинга в туризме 1. Признаки классификации источников информации. 2. Типы маркетинговой информации.		
4	Поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания 1. Модель поведения потребителя. 2. Факторы, оказывающие влияние на процесс принятия потребителем решения о покупке	1,5	-
5	Сегментационный подход к выбору целевых рынков 1. Методы сегментации. 2. Выбор целевого сегмента.		
	Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне.	1,5	-

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

	микроуровне. 1. Материализация услуги. 2. Преодоление боязни риска у клиента.		
7	Мировая и российская практика маркетинга туристской брендовой дестинации. 1. Маркетинговые коммуникации. 2. Конкурентная борьба.	1,5	-
8	Планирование и организация рекламной кампании в туризме 1. Типы целей рекламных кампаний. 2. Основные факторы, влияющие на выбор и формирование целей рекламной кампании.	1,5	-
9	Товарные знаки и брендинг как инструмент продвижения в туризме 1. Позиционирование туристского бренда. 2. Регистрация товарного знака.	1,5	-
10	Маркетинг города. Понятие маркетинга города. 1. Этапы маркетингового планирования города. 2. Проблемы применения интернет-маркетинга города в России.	1,5	-
11	Научно-исследовательская деятельность маркетинга и брендинга туристской дестинации. 1. Реклама туристского потенциала дестинации. 2. Научно-исследовательская деятельность маркетинга.	1,5	-
12	Правовое регулирование коммуникационной деятельности в туризме 1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе». 2. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации».	1,5	-
Итого за 8 семестр		27	-
Итого		27	-

5.5 Технологическая карта самостоятельной работы обучающегося

Коды реализуемых компетенций, индикатора(ов)	Вид деятельности студентов	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе		
			СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
8 семестр					
ПК-6 (ИД-3)	Самостоятельное изучение литературы по темам № 1-12	Собеседование	37,32	2,65	39,97
	Подготовка к практическим	Собеседование	7,23	2,3	9,53
Итого за 8 семестр			44,55	4,95	49,5
Итого			44,55	4,95	49,5

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Брендинг туристских территорий» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина «Брендинг туристских территорий» построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

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.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Чернышева, А.М. Брендинг: Учебник для бакалавров / А.М. Чернышева, Т.Н.

Якубова, А.М. Брендинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.М. Якубова, Т.Н. Чернышева. - М.: Эксмо, 2016. - 504 с.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН

ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

2. Шарков, Ф.И. Брендинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2016. - 324 с.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Брендинг туристских территорий» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Брендинг туристских территорий» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <https://e.lanbook.com/> - Электронно-библиотечная система Лань;
2. <http://biblioclub.ru/> - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»;
3. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	КонсультантПлюс - http://www.consultant.ru/
---	---

Программное обеспечение:

1	Операционная система: Microsoft Windows 8: 2013-02(3000). Бессрочная лицензия. Договор № 01-за/13 от 25.02.2013. Окончание бесплатной поддержки – 2023-01 ИЛИ Операционная система: Microsoft Windows 10: 2016-08(20), 2017-10(67), 2018-01(18), 2018-04(6), 2018-05(6), 2019-02(7). Бессрочная лицензия. Договоры № 27-за/16 от 02.08.2016. и № 0321100021117000009_229123 от 10.10.2017. На текущий момент окончания поддержки не анонсировано.
2	Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). MicrosoftOfficeStandard 2013: договор № 01-за/13 от 25.02.2013г., Лицензирование Microsoft Office https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674 Дата начала жизненного цикла 09.01.2013г.; набор обновлений Office 2013 Service Pack1 Дата начала жизненного цикла 25.02.2014г., Дата окончания основной фазы поддержки 10.04.2018; Дополнительная дата окончания поддержки 11.04.2023г.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Учебная аудитория с мультимедийным оборудованием Мультимедийное оборудование: проектор стационарный, компьютер, экран стационарный; комплект учебной мебели
Практические занятия	Учебная аудитория с мультимедийным оборудованием Мультимедийное оборудование: проектор стационарный, компьютер, экран стационарный; комплект учебной мебели

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

Самостоятельная работа	Компьютерный класс с интерактивным мультимедиа оборудованием, учебная аудитория Персональные компьютеры, мультимедийное оборудование: проектор стационарный, компьютер, доска магнитно-маркерная; комплект учебной мебели
------------------------	--

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
 - специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательных функций (в том числе, с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат: 12000002A633E3D113AD425FB50002000002A6

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 20.08.2021 по 20.08.2022