

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 19.09.2023 12:25:44

Уникальный идентификатор:

d74ce93cd40e69375e3ba2f58496412a1c8ef90f

## Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины:	<b>Брендинг туристских территорий</b>
Содержание	Основные понятия территориального брендинга: его сущность и типы территориальных брендов; предпосылки появления территориальных брендов, их роль в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; условия появления городского бренда; технологии позиционирования города; этапы развития и продвижения территориальных брендов.
Реализуемые компетенции	ОПК-4 способен проводить исследования туристического рынка, организовывать продажи и продвижение туристического продукта.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Код компетенции ОПК-4 Знать: - технология формирования и продвижения туристических продуктов; - особенности управления производственными процессами в туризме; - принципы функционирования структурных подразделений туристического предприятия; - особенности личных продаж; Уметь: - применять нормативные документы в профессиональной деятельности; - ориентироваться в современных технологиях производственных процессов; - использовать развитие внедрения новых услуг; Владеть: - навыки и приемы эффективных продаж туристического продукта; - основы организации продаж; - умение проводить исследования туристического рынка, организовывать продажи и продвижение туристического продукта
Трудоемкость, з.е.	<b>3 з.е.</b>
Форма отчетности	Зачет – 8 семестр
<b>Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины.</b>	
Основная литература	1. Динни, Кейт Территориальный брендинг. Лучшие мировые практики / Кейт Динни. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 165 с.
Дополнительная литература	1. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд / Л. Чернатони, М. Макдональд. - М.: Единство; Издание 3-е, 2019. - 559 с. .