

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 24.04.2024 09:26:13

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В. Данченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Направление подготовки
Направленность (профиль)

43.03.02 Туризм
Управление впечатлениями в индустрии
гостеприимства

Год начала обучения

2024

Форма обучения

очная

Реализуется в семестре

8

Разработано

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

Пятигорск, 2024 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брендинг туристских территорий» относится к обязательной части, дисциплин подготовки бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

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: всего: <u>3</u> з.е. <u>108</u> акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	42
Лекции/из них практическая подготовка	18
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	24
Самостоятельная работа	66
Формы контроля	
Зачет	

* 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

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления. 1.Положение маркетинга в организации 2.Роль маркетинга в компании и в рыночной экономике. 3.Элементы комплекса маркетинга, как направляющие линии в маркетинге	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	4
2	Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма 1.Внешняя и внутренняя среда маркетинга 2.Обобщенная схема проведения стратегического анализа 3.Матрицы SWOT- анализа	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	4
3	Информационное обеспечение маркетинга в туризме 1. Понятие и состав информационного обеспечения туризма 2. Классификация информационных систем и технологий в туризме 3. Государственные и муниципальные информационные системы в туризме	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	4
4	Поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания 1. Модель поведения потребителя 2.Основные факторы, влияющие на поведение покупателя. 3.Три группы потребителей в зависимости от их главной ориентации	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	6

5	Сегментационный подход к выбору целевых рынков 1.Целевой маркетинг 2.Принципы различия и сходства между сегментами 3.Схема классификации потребителей по методу группировок	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	6
6	Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне 1. Стимулирование сбыта; 2. Связи с общественностью (public relations) 3. Структура маркетинговых коммуникаций в туризме	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	6
7	Мировая и российская практика маркетинга туристской брендовой дестинации 1. Механизмы продвижения России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках 2. Разработке концепции бренда туристской дестинации 3. Позиционирование туристских дестинаций.	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	6
8	Планирование и организация рекламной кампании в туризме 1. Классификация рекламных кампаний в туризме 2. Этапы рекламной кампании 3. Рекламный бюджет	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	6
9	Товарные знаки и брендинг как инструмент продвижения в туризме 1. Позиционирование туристских брендов 2. Регистрация товарных знаков 3. Фирменный стиль 4. Имидж туристской дестинации	ПК-6 (ИД-3)	2	2	-	6
10	Маркетинг города. Понятие маркетинга города. 1. Этапы маркетингового планирования города 2. Работа с администрацией 3. Логотипы городов 4. Системная работа городского сообщества по выявлению и продвижению интересов города для реализации различных задач социально-экономического развития. 5. Способы продвижения «архитектуры смыслов».	ПК-6 (ИД-3)	-	2	-	6

11	<p>Научно-исследовательская деятельность маркетинга и брендинга туристской дестинации.</p> <p>1. Методология проведение комплексных научных исследований в сфере брендинга туристской дестинации сервиса туристской индустрии.</p> <p>2. Системный анализ рынка туристских брендов заявленного профиля.</p> <p>3. Разработка и внедрение инновационных технологий в брендовую деятельность заявленного профиля.</p> <p>4. Формы, методы и технологии поиска идентичности символов и смыслов бренда как неперемного условия успешной маркетинговой деятельности.</p> <p>5. Формирование целей разработки туристского бренда, выявление приоритетов в их проектировании.</p>	ПК-6 (ИД-3)	-	2	-	6
12	<p>Правовое регулирование коммуникационной деятельности в туризме</p> <p>1. Регламентирующие документы</p> <p>2. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»</p> <p>3. Регламентирующие документы</p> <p>4. Закон о рекламе</p>	ПК-6 (ИД-3)	-	2	-	6
	ИТОГО за 8 семестр		18	24	-	66
	ИТОГО		18	24	-	66

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. 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 (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения. Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящен 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 и лабораторным 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. Бренддинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.Н. Домнин. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 313 с.
2. Идрис, М. Бренддинг за 60 минут / М. Идрис. - М.: Эксмо, 2016. - 256 с.
3. Карпова, С.В. Бренддинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 439 с.
4. Рожков, И.Я. Бренддинг: Учебник / И.Я. Рожков. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 331 с.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Чернышева, А.М. Бренддинг: Учебник для бакалавров / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 504 с.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, бренддинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2016. - 324 с.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Бренддинг туристских территорий» для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.
2. Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Бренддинг 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 Бюджетные организации – http://www.consultant.ru/ Договор КО-Б/ВУЗ 8684 от 09.01.2019 №71946 РИЦ№245 №123787 РИЦ№245
---	---

Программное обеспечение:

1	Операционная система: Microsoft Windows 8: Бессрочная лицензия. Договор № 01-за/13 от 25.02.2013.
2	Операционная система: Microsoft Windows 10: Бессрочная лицензия. Договор № 544-21 от 08.06.2021.
3	Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-за/13 от 25.02.2013г., Лицензия Microsoft Office https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674

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

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

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, прочесть 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-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том

числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (Bigbluebutton, Microsoft Teams, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.