

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 15.05.2023 11:28:25
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a0153148351ee38dc340496312d

Аннотация

рабочей программы учебной дисциплины Б1.В.05 Брендинг территорий направления подготовки бакалавров 43.03.03 Гостиничное дело профиль Гостиничная деятельность

Целью освоения дисциплины является овладение компетенциями в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить основные понятия брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
- рассмотреть предпосылки возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов;
- иметь представления об условиях возникновения бренда города;
- изучить технологии позиционирования города;
- изучить этапы разработки и продвижения территориальных брендов.

Предметом дисциплины «Брендинг территорий» является маркетинговая деятельность, обеспечивающая принятие практических решений в области создания позитивного образа территории и его продвижения.

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений и направлена на изучение технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов.

Основные блоки и темы дисциплины: Маркетинг территорий: основные понятия и инструменты. История возникновения брендинга территорий. Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда. Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде. Управление процессом формирования бренда территории. Инновационные инструменты развития бренда города.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие компетенции:

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач:

УК-1.1. - Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи

УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи

УК-1.3. - Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки

УК-1.5. - Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи

ПКУВ-2 - Способен применять современные технологии ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства:

ПКУВ-2.1. - Проводит анализ системы ценообразования организаций общественного питания и тарифной политики организаций сферы гостеприимства;

ПКУВ-2.2. - Принимает участие в разработке ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства, их структурных подразделений;

ПКУВ-2.3. - Разрабатывает меры по совершенствованию ценовой и сбытовой политики предприятий сферы гостеприимства;

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия маркетинга и брендинга территорий (УК-1, ПКУВ-2);
- предпосылки возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов (УК-1, ПКУВ-2);
- специфику деятельности по формированию бренда территории и его управлению (УК-1, ПКУВ-2).

уметь:

- принимать участие в разработке и реализации проектов в области формирования бренда территории (УК-1, ПКУВ-2);

- владеть:

- методикой проведения SWOT-анализа территории, навыками оценки соотношения планируемого результата и затрачиваемых ресурсов (УК-1, ПКУВ-2).

Дисциплина «Брендинг территории» изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими занятиями, выполнением тестовых заданий, самостоятельной работы над учебной литературой и завершается зачетом.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов, 3 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: зачет.

Разработчик
доцент кафедры маркетинга, сервиса и туризма

Зав. выпускающей кафедрой



З.А.Ханахок

А.Р.Кумпилова