

Аннотация

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 03.09.2024 13:28:00

Университетский программный центр

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

рабочей программы учебной дисциплины "Б1.В.04 Брендинг территорий"

направления подготовки бакалавров "43.03.02 Туризм"

профиль подготовки "Технология и организация туроператорских и турагентских услуг"

программа подготовки "бакалавр"

Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

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.

Основные блоки и темы дисциплины

Раздел 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.
Промежуточная аттестация

Место дисциплины в структуре ОП

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

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Организация туристской деятельности», «Туристско-рекреационное ресурсосведение», «Сервисная деятельность», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме» и др.

Дисциплина «Брендинг территорий» является предшествующей для следующих дисциплин: «Экономика и предпринимательство в сфере туризма», «Инновации в туризме», «Реклама в туризме».

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать



следующими компетенциями:

ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения		
ПКУВ-2.1 Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя		
принципы принятия и обоснования решений, направленных на достижение наибольшей эффективности работы современных предприятий сферы туризма; основные источники статистических данных экономического характера туристической сферы и принципы работы с ними	обосновывать управленческие, хозяйственные решения с учетом различных аспектов туризма и рационального использования всех видов информационных технологий в сфере туризма	экономическими методами обработки и анализа информации показателей деятельности туристского предприятия.
ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения		
ПКУВ-2.2 Участвует в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг		
способы расчета и анализа затрат при формировании стоимости туристских услуг.	проводить расчеты стоимости турпродукта; рассчитывать стоимость экскурсионных маршрутов	способностью формулировать аргументированные выводы на основе изучения теоретических и статистических данных в сфере экономики и ценообразования в туризме.
ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения		
ПКУВ-2.3 Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг		
методы расчета потребности в финансовых, трудовых и интеллектуальных ресурсах; методы эффективного планирования	грамотно выполнять экономические расчеты эффективности деятельности предприятий; прогнозировать и рассчитывать потребность в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах на краткосрочную и долгосрочную перспективу; оценивать материальное и финансовое положение предприятия в соответствии с достижением поставленных целей.	навыками разработки текущих и перспективных планов по реализации туристских продуктов.

Дисциплина "Брендинг территорий" изучается посредством лекций, все разделы программы закрепляются практическими, лабораторными занятиями, выполнением контрольных работ, самостоятельной работы над учебной и научно-технической литературой и завершается экзаменом.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетные единицы.

Вид промежуточной аттестации: Зачет.

Разработчик:	Подписано простой ЭП 30.08.2023	Ханахок Зарема Аюбовна
Зав. кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна
Зав. выпускающей кафедрой:	Подписано простой ЭП 31.08.2023	Кумпилова Анжелика Руслановна

