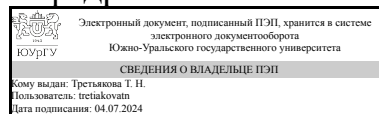


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



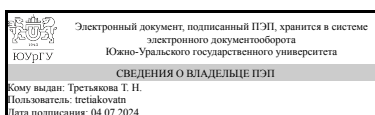
Т. Н. Третьякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М1.04.01 Маркетинг и брендинг туристских дестинаций:
проектное обучение
для направления 43.04.02 Туризм
уровень Магистратура
магистерская программа Молодежный туризм
форма обучения очная
кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

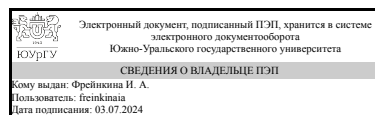
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 15.06.2017 № 556

Зав.кафедрой разработчика,
д.пед.н., проф.



Т. Н. Третьякова

Разработчик программы,
к.пед.н., доцент



И. А. Фрейнкина

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - сформировать представления об алгоритме проведения научных исследований по маркетингу и брендингу туристских дестинаций. Задачи дисциплины: вовлечь студентов в проведение "полевых исследований" по маркетингу и брендингу туристских дестинаций.

Краткое содержание дисциплины

Маркетинг территорий. Теоретические подходы. Обзор. Модели маркетинга территорий. Планирование маркетинга: емкость рынка, доля рынка, динамика рынка. SWOT-анализ территории. Проблемы оценки системы развития туризма в туристской дестинации.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма	Знает: понятие маркетинговой стратегии развития туристской дестинации и предприятий сферы туризма Умеет: составлять маркетинговый план дестинации и предприятий сферы туризма Имеет практический опыт: оценки конкурентоспособности территории
ПК-3 способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий сферы туризма и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств	Знает: маркетинговые стратегии анализа территории Умеет: анализировать информацию о маркетинговой среде Имеет практический опыт: выбора стратегии развития туристской дестинации и предприятий сферы туризма

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Экономический анализ и оценка туристских территорий, Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)	Практикум по молодежному туризму: проектное обучение, Туристские кластеры России: проектное обучение, Устойчивое развитие туризма

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Экономический анализ и оценка туристских территорий	Знает: методические подходы к оценке ресурсов развития туризма региона, экономические аспекты конкурентоспособности территорий,

	теоретические основы организации планирования и прогнозирования в условиях рынка: индикативного, стратегического, бизнес-планирования и т.д., основные виды прогнозов и планов, понятие экономического потенциала туристской территории Умеет: проводить оценку ресурсов развития туризма региона, на основе описания эконо-мических процессов и явле-ний анализировать отдельные показатели состояния и развития региона, разрабатывать бизнес-план, стратегический план и др. внутрифирменные планы, рассчитывать, анализировать и интерпретировать основные экономические показатели хозяйственной деятельности предприятия, рассчитывать показатели экономического потенциала туристской территории Имеет практический опыт: оценки ресурсов развития туризма региона, анализа отдельных показателей экономического развития территорий, а также системного и ситуационного анализа, составления прогнозов и планов туристской деятельности, использования показателей экономического потенциала туристской территории для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления
Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)	Знает: порядок разработки инновационных проектов в сфере туризма на основе управленческих решений, процесс, этапы организации научно-исследовательской работы в области теории, методологии и практики профессиональной деятельности, принципы, особенности и возможности применения информационно-коммуникативных технологий в научном познании, направления маркетинговых исследований для реализации стратегии туристского предприятия, действующие правовые нормы в индустрии туризма Умеет: применять нормативно-правовые акты для разработки инновационных проектов в сфере туризма, обосновывать выбор научных концепций и методов исследования и моделирования развития сферы туризма, применять в научном исследовании принципы, особенности и возможности информационно-коммуникативных технологий, составлять план маркетинговых исследований, выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Имеет практический опыт: сравнения планов развития различных видов туризма на выбранной туристской территории, предпроектного анализа с применением современных методов научных исследований, применения в научном исследовании принципов, особенностей и

	возможностей информационно-коммуникативных технологий, организации маркетинговых исследований, формирования комплексных планов развития различных видов туризма на выбранной туристской территории/маршруте
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 24,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	16	16
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	83,5	83,5
Подготовка к экзамену	22	22
Проведение анкетирования по маркетингу территорий	41,5	41,5
Написание научной статьи по результатам анкетирования	20	20
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Маркетинг территорий. Теоретические подходы. Обзор	16	0	16	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Маркетинг территорий. Теоретические подходы. Обзор	4
2	1	Модели маркетинга территорий	4
3	1	Планирование маркетинга: емкость рынка, доля рынка, динамика рынка.	4

		SWOT-анализ территории	
4	1	Проблемы оценки системы развития туризма в туристской дестинации	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к экзамену	Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Туризм" Е. А. Джанджугазова. - М.: Академия, 2006. - 221, [2] с.	3	22
Проведение анкетирования по маркетингу территорий	Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Туризм" Е. А. Джанджугазова. - М.: Академия, 2006. - 221, [2] с.	3	41,5
Написание научной статьи по результатам анкетирования	Как написать научную статью: методическое пособие / авт.-сост. Е. Т. Иванова, Т.Ю. Кузнецова, Н. Н. Мартынюк. — Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2011. — 31 с.	3	20

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	3	Текущий контроль	Маркетинг территорий. Теоретические подходы. Обзор	1	5	Студент составляет библиографический список. Количество источников - не менее 80 источников. В докладе необходимо охарактеризовать статьи, которые содержательно соответствуют теме выбранного проекта. Оценка «5» - от 11 до 14 баллов Оценка «4»- от 8 до 10 баллов Оценка «3» - от 4 до 7 баллов При количестве баллов менее 4 –	экзамен

						рекомендовать обучающимся дополнительно поработать над данным докладом	
2	3	Бонус	Участие с докладом в конференции	-	15	Студент представляет копии документов, подтверждающие очное участие в конференции. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Максимально возможная величина бонус-рейтинга +15 %.	экзамен
3	3	Текущий контроль	Модели маркетинга территорий	1	40	Студент пишет один из параграфов магистерской диссертации. Критерии оценки: Оценка структуры параграфа: 10-8 баллов - Работа хорошо структурирована, нет замечаний к логике изложения; 7-6 баллов - материал работы структурирован, имеются замечания к логике изложения материала; 4-5 баллов - материал работы слабо структурирован; 1-3 балла - материал работы не структурирован, логика изложения материала нарушена Оценка информационно-методологической базы: 0-8 баллов - Отбор источников проведен корректно, проведен глубокий теоретический анализ и сформулированы исследовательские пробелы. Источники удовлетворяют требованиям по количеству; 7-6 баллов - отбор источников проведен корректно: источники являются актуальными, соответствуют теме исследования, удовлетворяют требованиям по количеству. Теоретический анализ проведен недостаточно глубоко ; 4-5 баллов - проведено реферирование источников без глубокого критического анализа, количество источников ограничено ; 1-3 балла - Используемые источники не являются актуальными, не соответствуют теме, не удовлетворяют требованиям по количеству Оценка содержания параграфа: 10-8 баллов - актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи, объект, предмет работы сформулированы	экзамен

						корректно. Материал систематизирован, обоснованно используются современные методы и инструменты исследования. Полученные результаты достоверны и аргументированы. 7-6 баллов - актуальность работы обоснована релевантными аргументами. Цели, задачи сформулированы корректно, есть неточности в определении объекта и предмета работы. Материал систематизирован, используются современные методы и инструменты исследования. Полученные результаты в целом достоверны и аргументированы 4-5 баллов - актуальность работы обозначена поверхностно, нет поддерживающих аргументов. Цели и задачи работы сформулированы недостаточно корректно. Материал слабо систематизирован, обоснованно используются методы и инструменты исследования, достоверность полученных результатов слабо обоснована 1-3 балла - актуальность работы не обозначена. Цель работы расходится с темой, сформулированные задачи не позволяют раскрыть тему. Материал не систематизирован, нет понимания возможностей корректного использования методов и инструментов исследования, результаты исследования не сформулированы Оценка оформления, стиля: 10-8 баллов - нет замечаний к оформлению и стилю изложения, оформлению списка источников 7-6 баллов - есть отдельные замечания к оформлению и стилю изложения, оформлению списка источников 4-5 баллов - работа оформлена с нарушениями, язык работы не соответствует ует научному стилю, есть замечания к оформлению списка источников 1-3 балла - работа оформлена с нарушениями, язык работы не соответствует научному стилю, некорректно оформленные заимствования, некорректно оформлен список источников	
4	3	Промежуточная	Проблемы оценки системы развития	-	5	Качество доклада (мах - 3 балла); использование демонстрационного	экзамен

		аттестация	туризма в туристской дестинации. Обзор иностранных источников литературы			материала (макс-2 балла); качество ответов на вопросы (макс-3 балла); владение научным и специальным аппаратом (макс - 3 балла); четкость выводов (макс-3 балла) Оценка «5» - от 11 до 14 баллов Оценка «4»- от 8 до 10 баллов Оценка «3» - от 4 до 7 баллов При количестве баллов менее 4 – рекомендовать обучающимся дополнительно поработать над данным докладом	
5	3	Текущий контроль	Планирование маркетинга: емкость рынка, доля рынка, динамика рынка. SWOT-анализ территории	1	5	Оценка «отлично» ставится, если задание (решение ситуационной задачи) выполнено на высоком практическом уровне с применением соответствующего нормативно - правового акта (или актов); имеет внутреннее единство, материал изложен логически последовательно. Ситуация рассмотрена студентом с различных позиций. Ответы на вопросы ситуационных задач даны аргументировано, сделаны обоснованные выводы по задаче со ссылкой на соответствующие правовые нормы. Оценка «хорошо» - задание (решение ситуационной задачи) выполнено на хорошем практическом уровне, но имеет отдельные недостатки: сформулированные выводы требуют дополнительной аргументации; присутствуют несущественные противоречия; при этом работа имеет внутреннее единство; материал излагается логично и последовательно; задание в целом выполнено; работа в целом отвечает требованиям надлежащего оформления, но в ней присутствуют незначительные отступления. Ситуация рассмотрена студентом с различных позиций. Ответы на вопросы ситуационных задач даны аргументировано, сделаны обоснованные выводы по задаче со ссылкой на соответствующие правовые нормы Оценка «удовлетворительно» - задание (решение ситуационной задачи) выполнено на практическом уровне, который позволяет судить о наличии у студента знаний по проблеме, и имеет недостатки: выводы сформулированы неясно и не аргументированы, присутствуют существенные	экзамен

						противоречия; нарушены единство, логика изложения материала, использован материал, частично или полностью утративший свое значение; работа выполнена с нарушением требований надлежащего оформления. Ответы на вопросы ситуационных задач даны со ссылкой на соответствующие правовые нормы. Оценка «неудовлетворительно» - задание (решение ситуационной задачи) выполнено на невысоком практическом уровне, который позволяет судить об отсутствии у студента необходимых знаний по проблеме: выводы не сформулированы, отсутствуют аргументация, единство, логика изложения материала; использован материал без ссылки на источник, на основе которого было выполнено задание; тема задания не раскрыта; работа не соответствует требованиям надлежащего оформления. Ответы на вопросы ситуационных задач даны не аргументировано, не на все вопросы в задаче приведены ссылки на соответствующие правовые нормы	
6	3	Текущий контроль	Написание научной статьи по результатам анкетирования (исследование туристских территорий)	1	20	10 баллов начисляется за проведение "полевого" исследования. 10 баллов начисляется за опубликованную статью. Объем статьи для публикации составляет 4-6 страниц. Статьи должны содержать краткое изложение цели исследований, методики их проведения и анализ полученных результатов. Критерии оценки: I. Исследовательский характер работы. 2 б II. Новизна исследования, эвристичность. 2 б III. Актуальность работы. Практическая и/или теоретическая значимость. 2 б IV. Соответствие структуры работы общепринятым требованиям для научных трудов. 1 б V. Грамотность и логичность изложения. 1 б VI. Анализ литературы по теме. 1 б VII. Личный вклад автора в исследование. 1 б.	экзамен
7	3	Промежуточная аттестация	Письменная работа	-	40	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных	экзамен

					оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 % Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ						
		1	2	3	4	5	6	7
ПК-1	Знает: понятие маркетинговой стратегии развития туристской дестинации и предприятий сферы туризма		+			+		+
ПК-1	Умеет: составлять маркетинговый план дестинации и предприятий сферы туризма		+			+		+
ПК-1	Имеет практический опыт: оценки конкурентоспособности территории		+			+		+
ПК-3	Знает: маркетинговые стратегии анализа территории	+		++				+
ПК-3	Умеет: анализировать информацию о маркетинговой среде	+			+		++	
ПК-3	Имеет практический опыт: выбора стратегии развития туристской						+	

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Туризм" Е. А. Джанджугазова. - М.: Академия, 2006. - 221, [2] с.

б) дополнительная литература:

1. Маркетинг туризма [Текст] учеб. пособие для вузов по направлениям "Туризм", "Гостиничное дело" И. В. Гончарова и др. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 217 с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Вояж
2. Вокруг света
3. Региональная экономика: теория и практика

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Виды СРС

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Виды СРС

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Маркетинг территорий : учебно-методическое пособие / составитель А. В. Богомолова. — Липецк : Липецкий ГПУ, 2017. — 42 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/111940 (дата обращения: 10.01.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под редакцией К. Динн ; перевод с английского В. Сечной. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 336 с. — ISBN 978-5-91657-655-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/62340 (дата обращения: 10.01.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Методические пособия для самостоятельной	Электронно-библиотечная система	Барковская, Н. В. Научная статья: структура и оформление : учебно-методическое пособие / Н. В. Барковская. — Екатеринбург : УрГПУ, 2018. — 45 с. —

	работы студента	издательства Лань	Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/182649 (дата обращения: 23.10.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Кириянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кириянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/537625
5	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/536037
6	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Миличук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15348-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. https://urait.ru/bcode/544706

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	471 (3)	Телевизор - 1 шт., рабочее место преподавателя (1 компьютер) - 1 м., принтер - 1 шт., компьютер - 16 шт., рабочее место студента - 32 м., доска поворотная - 1 шт.
Практические занятия и семинары	471 (3)	Телевизор - 1 шт., рабочее место преподавателя (1 компьютер) - 1 м., принтер - 1 шт., компьютер - 16 шт., рабочее место студента - 32 м., доска поворотная - 1 шт.