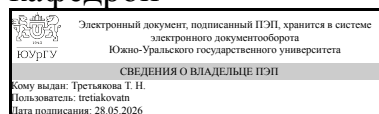


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Т. Н. Третьякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.М0.04.01 Маркетинг и брендинг туристских дестинаций
для направления 43.04.02 Туризм

уровень Магистратура

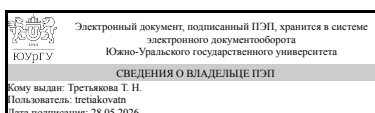
магистерская программа Устойчивое развитие туризма

форма обучения заочная

кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

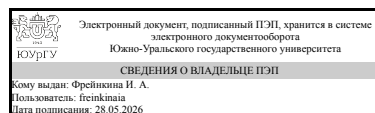
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 15.06.2017 № 556

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



Т. Н. Третьякова

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., 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, Геоинформационные системы, Современные проблемы науки туристской индустрии, Устойчивое развитие туризма, Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)	Не предусмотрены

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: экономические аспекты конкурентоспособности территорий, методические подходы к оценке ресурсов развития туризма региона, 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: на основе описания экономических процессов и явлений анализировать отдельные показатели состояния и развития региона, проводить оценку ресурсов развития туризма 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: анализа отдельных показателей экономического развития территорий, а также системного и ситуационного анализа, оценки ресурсов развития туризма региона, составления прогнозов и планов туристской деятельности, использования показателей экономического потенциала туристской территории для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления
Устойчивое развитие туризма	Знает: общие положения стратегии устойчивого развития Российской Федерации (отдельные аспекты), основные категории, элементы и принципы стратегического развития туристской индустрии, принципы и этапы планирования устойчивого туризма, критерии устойчивости туристской деятельности, основные направления развития теории и методов системного анализа состояния туристской индустрии, социальные, политические, экономические закономерности и тенденции преодоления межрегиональных диспропорций в сфере регионального управления Умеет: отличать предпосылки перехода Российской Федерации к устойчивому развитию, обосновывать системы туристского администрирования на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне, планировать, проводить и оценивать результаты проектной исследовательской работы по устойчивому туризму, разрабатывать стратегию туристского предприятия на основе критериев устойчивости туристской деятельности, анализировать состояние туристской индустрии и на основе поставленных целей определять пути и средства

	совершенствования туристской деятельности, выявлять проблемы, определять цели, оценивать альтернативы, выбирать оптимальный вариант решения, оценивать результаты и последствия принятого управленческого решения в сфере региональной политики и управления устойчивостью регионального развития Имеет практический опыт: определения логических связей между структурой и содержанием стратегии устойчивого развития Российской Федерации и стратегиями (планами и программами) субъектов РФ, стратегического проектирования и управления проектами на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне, апробации проектов с учетом выбора оптимальных методик и технологий для исследований, мониторинга индикаторов устойчивого развития для эффективной реализации стратегии туристского предприятия, реализации научно-обоснованных решений по совершенствованию и развитию туристской индустрии, регионального анализа и регионального управления
Геоинформационные системы	Знает: структуру маркетинговой концепции предприятия сферы туризма с использованием современных информационно-коммуникативных технологий, понятие и обобщенные функции ГИС-технологий, особенности применения ГИС в туристских исследованиях Умеет: разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма, решать стандартные задачи профессиональной деятельности с помощью информационно-коммуникационных технологий, интегрировать ГИС-технологии в учебную и научно-исследовательскую деятельность Имеет практический опыт: использования современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма, в решении стандартных профессиональных задач профессиональной деятельности с помощью ГИС-технологий, создания тематического картографического материала с помощью ГИС-программ
Современные проблемы науки туристской индустрии	Знает: основные принципы разработки маркетинговой концепции туристских предприятий с использованием информационно-коммуникативных средств, основные направления научных исследований в области управления и стратегического развития туристских предприятий, современные концепции научных исследований различного уровня в сфере туризма, современные направления научных исследований в области технологических инноваций и информационно-

	коммуникативных технологий обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма Умеет: анализировать информацию о маркетинговой среде туристского региона с использованием современных методов науки туриндустрии, обосновать стратегию развития туристских предприятий на основе современных научных достижений, обосновывать актуальность концептуальных научных исследований и публикаций в сфере туризма, подбирать маркетинговые инструменты внедрения технологических и информационно-коммуникативных инноваций на основе достижений современной науки Имеет практический опыт: оценки конкурентоспособности туристских предприятий/территории на основе современных научных методов, оценки эффективности управленческих решений и стратегических планов развития туристских предприятий, опираясь на современные научные достижения, научного обоснования актуальности исследования и концепции стратегического развития туризма на различных уровнях управления, использования маркетинговых инструментов продвижения объектов сферы туризма на основе современных научных достижений в области технологических и информационно-коммуникативных инноваций
Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)	Знает: направления маркетинговых исследований для реализации стратегии туристского предприятия, 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, действующие правовые нормы в индустрии туризма Умеет: составлять план маркетинговых исследований, 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, выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений Имеет практический опыт: организации маркетинговых исследований, 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, 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., 16,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	8	8
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	91,5	91,5
Проведение анкетирования по маркетингу территорий	20,5	20.5
Написание научной статьи по результатам анкетирования	30	30
Оценка туристской дестинации с точки зрения территориального маркетинга	30	30
Подготовка к экзамену	11	11
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	8	0	8	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	Оценка туристской дестинации с точки зрения территориального маркетинга	2
2	1	Проведение анкетирования потребителей на предмет потребительского поведения	2
3	1	Планирование маркетинга: емкость рынка, доля рынка, динамика рынка. SWOT-анализ территории	2
4	1	Анализ маркетинговых инструментов продвижения дестинации	2

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
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.	4	20,5
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.	4	30
Оценка туристской дестинации с точки зрения территориального маркетинга	Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Туризм" Е. А. Джанджугазова. - М.: Академия, 2006. - 221, [2] с.	4	30
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.	4	11

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	4	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 – рекомендовать обучающимся дополнительно поработать над данным докладом	экзамен
2	4	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	4	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,	экзамен

					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 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	
--	--	--	--	--	---	--

						соответств 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	4	Текущий контроль	Проблемы оценки системы развития туризма в туристской дестинации. Обзор иностранных источников литературы	1	5	Качество доклада (мах - 3 балла); использование демонстрационного материала (мах-2 балла); качество ответов на вопросы (мах-3 балла); владение научным и специальным аппаратом (мах - 3 балла); четкость выводов (мах-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	экзамен
5	4	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	экзамен

						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 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	4	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	экзамен

						IV. Соответствие структуры работы общепринятым требованиям для научных трудов. 1 б V. Грамотность и логичность изложения. 1б VI. Анализ литературы по теме. 1 б VII. Личный вклад автора в исследование. 1 б.	
7	4	Промежуточная аттестация	Письменная работа	-	40	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 %	экзамен

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 дестинации и предприятий сферы туризма						+	

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	Основная литература	ЭБС издательства Лань	Маркетинг территорий : учебное пособие / составители М. И. Имамвердиева [и др.]. — Сургут : СурГУ, 2024. — 49 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. https://e.lanbook.com/book/422351

Перечень используемого программного обеспечения:

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

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
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.
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.