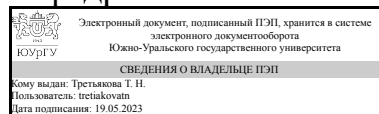


УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



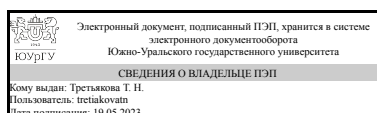
Т. Н. Третьякова

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**дисциплины** 1.Ф.М1.01.01 Маркетинг и брендинг туристских дестинаций:  
**проектное обучение**  
**для направления** 43.04.02 Туризм  
**уровень** Магистратура  
**магистерская программа** Устойчивое развитие туризма  
**форма обучения** очная  
**кафедра-разработчик** Туризм и социально-культурный сервис

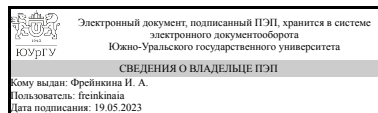
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 15.06.2017 № 556

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
Современные проблемы науки туристской индустрии, Экономический анализ и оценка туристских территорий, Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)	Устойчивое развитие туризма, Туристские кластеры России: проектное обучение

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, теоретические основы

	<p>организации планирования и прогнозирования в условиях рынка: индикативного, стратегического, бизнес-планирования и т.д., основные виды прогнозов и планов, экономические аспекты конкурентоспособности территорий, понятие экономического потенциала туристской территории Умеет: 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, на основе описания экономиче-ских процессов и явле-ний анализировать отдельные показатели состояния и развития региона, рассчитывать показатели экономического потенциала туристской территории Имеет практический опыт: оценки ресурсов развития туризма региона, составления прогнозов и планов туристской деятельности, анализа отдельных показателей экономического развития территорий, а также системного и ситуационного анализа, использования показателей экономического потенциала туристской территории для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления</p>
<p>Современные проблемы науки туристской индустрии</p>	<p>Знает: основные направления научных исследований в области управления и стратегического развития туристских предприятий, основные принципы разработки маркетинговой концепции туристских предприятий с использованием информационно-коммуникативных средств, современные направления научных исследований в области технологических инноваций и информационно-коммуникативных технологий обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма, современные концепции научных исследований различного уровня в сфере туризма Умеет: обосновать стратегию развития туристских предприятий на основе современных научных достижений, анализировать информацию о маркетинговой среде туристского региона с использованием современных методов науки туриндустрии, подбирать маркетинговые инструменты внедрения технологических и информационно-коммуникативных инноваций на основе достижений современной науки, обосновывать актуальность концептуальных научных исследований и публикаций в сфере туризма Имеет практический опыт: оценки эффективности управленческих решений и стратегических планов развития туристских предприятий, опираясь на современные научные достижения, оценки конкурентоспособности</p>

	<p>туристских предприятий/территории на основе современных научных методов, использования маркетинговых инструментов продвижения объектов сферы туризма на основе современных научных достижений в области технологических и информационно-коммуникативных инноваций, научного обоснования актуальности исследования и концепции стратегического развития туризма на различных уровнях управления</p>
<p>Производственная практика (проектно-технологическая) (2 семестр)</p>	<p>Знает: направления маркетинговых исследований для реализации стратегии туристского предприятия, порядок разработки инновационных проектов в сфере туризма на основе управленческих решений, действующие правовые нормы в индустрии туризма, принципы, особенности и возможности применения информационно-коммуникативных технологий в научном познании, процесс, этапы организации научно-исследовательской работы в области теории, методологии и практики профессиональной деятельности Умеет: составлять план маркетинговых исследований, применять нормативно-правовые акты для разработки инновационных проектов в сфере туризма, выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, применять в научном исследовании принципы, особенности и возможности информационно-коммуникативных технологий, обосновывать выбор научных концепций и методов исследования и моделирования развития сферы туризма Имеет практический опыт: организации маркетинговых исследований, сравнения планов развития различных видов туризма на выбранной туристской территории, формирования комплексных планов развития различных видов туризма на выбранной туристской территории/маршруте, применения в научном исследовании принципов, особенностей и возможностей информационно-коммуникативных технологий, предпроектного анализа с применением современных методов научных исследований</p>

#### 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. SWOT-анализ территории	4
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	3	22

	"Туризм" Е. А. Джанджугазова. - М.: Академия, 2006. - 221, [2] с.		
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-мestr	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 – рекомендовать обучающимся дополнительно поработать над данным докладом	экзамен
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:	экзамен

					<p>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</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>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</p> <p>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</p> <p>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 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</p>		
4	3	Промежуточная аттестация	Проблемы оценки системы развития туризма в туристской дестинации. Обзор иностранных источников литературы	-	5	<p>Качество доклада (максимум - 3 балла); использование демонстрационного материала (максимум - 2 балла); качество ответов на вопросы (максимум - 3 балла); владение научным и специальным аппаратом (максимум - 3 балла); четкость выводов (максимум - 3 балла)</p> <p>Оценка «5» - от 11 до 14 баллов  Оценка «4» - от 8 до 10 баллов  Оценка «3» - от 4 до 7 баллов</p> <p>При количестве баллов менее 4 – рекомендовать обучающимся дополнительно поработать над данным докладом</p>	экзамен
5	3	Текущий контроль	Планирование маркетинга: емкость рынка, доля рынка, динамика рынка.	1	5	<p>Оценка «отлично» ставится, если задание (решение ситуационной задачи) выполнено на высоком практическом уровне с применением соответствующего нормативно -</p>	экзамен



			<p>SWOT-анализ территории</p>		<p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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,</p>	
--	--	--	-------------------------------	--	---	--

						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 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	экзамен

					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 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	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: <a href="https://e.lanbook.com/book/111940">https://e.lanbook.com/book/111940</a> (дата обращения: 10.01.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2	Основная 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: <a href="https://e.lanbook.com/book/62340">https://e.lanbook.com/book/62340</a> (дата обращения: 10.01.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Барковская, Н. В. Научная статья: структура и оформление : учебно-методическое пособие / Н. В. Барковская. — Екатеринбург : УрГПУ, 2018. — 45 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/182649">https://e.lanbook.com/book/182649</a> (дата обращения: 23.10.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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
	308 (7Р)	Стол преподавателя – 1 шт. 2. Телевизор – 1 шт. 3. Сервер – 1 шт. 4. Рабочее место с компьютером – 9 шт. 5. Принтер – 1 шт. 6. Коммутатор – 1 шт. 7. Шкаф для документов – 1 шт. 8. Сплит-система LG UT24/UU24