

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Брендинг туристской дестинации»

Учебный курс «Брендинг туристской дестинации» предназначен для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм

Дисциплина «Брендинг туристской дестинации» включена в состав дисциплин по выбору вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекционные занятия (16 часов), практические занятия (32 часа, в том числе МАО – 16 часов), самостоятельная работа (60 часов). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 8 семестре.

Дисциплина «Брендинг туристской дестинации» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Организация туристской деятельности», «Туристско-рекреационное проектирование», «Планирование туристской деятельности», и позволяет подготовить студента к прохождению преддипломной практики.

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: теоретические основы брендинга туристской дестинации, его специфика, тенденции, перспективы развития, механизмы его формирования, основные дефиниции, способствующие освоению подходов к брендингу туристской дестинации: «бренд», «идентичность бренда», «позиционирование и имидж бренда», обеспечении студентов необходимыми навыками в брендинге туристской дестинации, овладении конкретными бренд-технологиями.

Цель дисциплины – обеспечить студентов необходимыми знаниями в области брендинга территорий, брендинга туристской дестинации, его специфики, технологических особенностях формирования бренда туристской дестинации, сформировать навыки использования полученных знаний в сфере профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование системы теоретических знаний в сфере брендинга территорий, брендинга туристской дестинации;
- изучение зарубежного и отечественного опыта брендинга туристских дестинаций;
- изучение принципов и освоение технологии организации брендинга туристских дестинаций, формирование ее устойчивой идентичности.

Для успешного изучения дисциплины «Брендинг туристской дестинации» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность организовывать процесс обслуживания потребителей и туристов;
- владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме ;
- способность организовывать работу исполнителей, принимать решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики;
- способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение;
- способность использовать на практике основы действующего законодательства в сфере туристской, экскурсионной деятельности, а также осуществлять контроль за соответствием нормам безопасности туристских продуктов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
<p>ПК-7 способность организовывать взаимодействие с представителями гостиничной и туристской индустрии, клиентами гостиничных и туристских предприятий, а также с другими заказчиками услуг на локальном, региональном и федеральном уровнях</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> –функции и организацию работы исполнителей гостиничной и туристской индустрии, других заказчиков услуг; –имеет представления о рынке исполнителей в сфере брендинга территорий на локальном, региональном и федеральном уровнях
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> –использовать в практической деятельности современные принципы распределения функций и организации работы исполнителей и соисполнителей на предприятиях туристской индустрии; –эффективно использовать бренд-технологии в продвижении туристской дестинации
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> –навыками брендинга и бренд-менеджмента
<p>ПК-18 способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требования потребителей и (или) туристов</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> –особенности обслуживания потребителей с учетом их этнокультурных, исторических и религиозных традиций; –коммуникативные техники и технологии брендинговых коммуникаций.
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> –выявлять целевые аудитории в брендинге территорий; –выбирать и применять эффективные технологии брендинга туристской дестинации с учетом требований потребителей
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> –навыками и приемами эффективных бренд-технологий; –методиками маркетинговых и брендинговых коммуникаций

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Брендинг туристских дестинаций» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: интерактивная лекция-визуализация, кейс-стади, стратегия рефлексивного отношения к информации («Знаем»-«Хотим узнать»-«Узнали»).