

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Институт гостиничного бизнеса и туризма

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины Маркетинг территорий

Рекомендуется для направления подготовки

43.04.02 «Туризм»

(указываются код и наименование направления подготовки/специальности)

**Направленность программы (профиль) Планирование и развитие туризма на
государственном уровне**

(наименование образовательной программы в соответствии с направленностью (профилем))

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель дисциплины - формирования компетенций обучающегося в сфере маркетинга туристских территорий с учетом современных подходов к организации обслуживания с последующим применением в профессиональной сфере.

Основные задачи, решаемые в ходе преподавания дисциплины:

- формирование у обучающихся представления о теоретической, методической и практической деятельности в области маркетинга территорий.
- формирование у обучающегося комплексного представления об основах маркетинга туристских дестинаций с учетом современных подходов к организации обслуживания, раскрытию специфики разработки программ обслуживания по определенному виду туризма, формированию методических навыков разработки программ обслуживания туристов.
- формирование у обучающегося комплексного представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации с позиции проблем и перспектив развития маркетинга территорий.
- введение в круг культурно-исторических, организационных и других проблем. Связанных с областью будущей профессиональной деятельности.
- формирование основы профессиональной культуры в процессе выполнения теоретических и практических заданий по дисциплине.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Маркетинг территорий» относится к вариативной части дисциплин по выбору Блока 1 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
1	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<ul style="list-style-type: none">• Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий• Бизнес-планирование в туристской индустрии	<ul style="list-style-type: none">• Преддипломная практика• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы
2	ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия,	<ul style="list-style-type: none">• Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий• Организационное проектирование и	<ul style="list-style-type: none">• Преддипломная практика• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы

	приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	управление проектами • Прогнозирование и планирование туристской деятельности в турфирме • Прогнозирование и планирование туристской деятельности на государственном уровне Бизнес-планирование в туристской индустрии	
--	--	---	--

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;
- ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений.

В результате изучения дисциплины студент должен:

ЗНАТЬ:

- принципы оценки привлекательности туристских туристских дестинаций;
- систему взаимодействия субъектов туристской индустрии в развитии туристских туристских дестинаций;

УМЕТЬ:

- применять методы мониторинга рынка туристских услуг в оценке потенциала территорий;
- применять информационные технологии для продвижения турпродуктов дестинации;

ВЛАДЕТЬ:

- методами оценки затрат на проектирование и развитие бренда дестинации;
- методами оценки результативности региональных программ и отдельных проектов развития туризма.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		2
Аудиторные занятия (всего)	32	32
В том числе:	-	-

Лекции		16	16
Практические занятия (ПЗ)		16	16
В том числе в интерактивной форме		10	10
Контроль (зачет)		-	-
Самостоятельная работа (всего)		76	76
Общая трудоемкость	час	108	108
	зач. ед.	3	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Технологии исследования и оценки привлекательности туристских территорий		
1.	Понятие и структура туристского потенциала территории	Индустриальный и постиндустриальный подход к оценке развития территорий. Структурная модель туристского комплекса территорий. Туристский потенциал территорий. Цепочка ценностей туристской дестинации. Цели маркетинга территорий. Территория как самостоятельный проект и продукт туристской индустрии. Модели конкурентоспособности дестинации. Комплекс маркетинговых коммуникаций туристской дестинации. «Pull» и «Push» факторы в маркетинге территорий.
2.	Жизненный цикл развития туристских дестинаций	Экономические и социальные факторы развития туристских территорий. Психографическая модель поведения потребителей в туризме (аллоцентрики и психоцентрики). «Идеальная модель» жизненного цикла дестинации. Модели управления развитием туристских территорий. Сценарии развития туристских дестинаций. Динамика качества жизни и развития территорий в русле развития туризма.
3.	Методология исследования потенциала туристских дестинаций	Диагностика и мониторинг туристской привлекательности территорий. Количественные и качественные оценки развития туризма, расчеты и аналитика. PEST и SWOT анализ в оценке потенциала территорий. Прогноз динамики туристских потоков. Ёмкость регионального туристского рынка. Методики измерения удовлетворенности туристов путешествием (CSQ). Методика оценки эстетической привлекательности ландшафтов. Оценка потенциала новых видов туризма.
Раздел 2. Продвижение привлекательности туристских территорий на внутренних и внешних рынках		
4.	Брендинг туристских дестинаций	Символический капитал территории: понятие, объективные факторы существования. Типология брендов территорий. Идея, ценности, дизайн бренда туристских территорий. Субъектно-ориентированная модель бренда дестинации. Бренддинг как продукт и технология развития привлекательности территорий. Внутренний и внешний рынок бренда территории Затраты и мультипликация

		эффектов успешного туристского бренда. Риски туристского брендинга. Успешные брендовые проекты мира и России в индустрии туризма.
5.	Города как дестинации туризма	Концепция городской идентичности в развитии городского бренда. Роль туризма в развитии городской среды и культуры. Внутренний маркетинг: продвижение образа города в местном сообществе. Концепция «доброжелательного города». Города-бренды международного туризма. Управление городскими пространствами, инфраструктурой гостеприимства. Информационная политика города – туристской дестинации. Городские праздники и уникальные события в структуре городского бренда. Инвестиции в городской бренд, потенциал и риски муниципального управления туризмом.
6.	Формирование и развитие туристских кластеров	Понятие туристского кластера: доминанты туристских маршрутов и ключевые объекты туристского бизнеса. Отраслевой и межотраслевой подходы к оценке развития и влияния туризма дестинации. Идентификация (установление границ и характеристик) туристского кластера и оценка его жизнеспособности. Государственные, коммерческие и некоммерческие институты поддержки развития туристского кластера. Использование прямых и косвенных показателей развития кластера. Проблемы и перспективы развития туристского кластера. Продуктивность кластерного подхода к оценке развития туристских территорий.
7.	Региональные программы развития туризма	Модели государственного регулирования развития туризма. Концепция, структура и технологии региональной программы развития туризма. Экспертиза проекта региональной программы развития туризма. Принятие и реализация региональной туристской программы. Оценка эффективности и результаты реализации программ развития туризма. Кризисное управление туристскими территориями. Частно-государственное партнерство развития туристских территорий. Организация работы туристско-информационного центра, туристского портала региона, комплексное продвижение дестинаций в электронной среде. Событийный маркетинг в продвижении туристских территорий. Роль туристских выставок регионального, национального и международного уровня в развитии туризма региона.

5.2. Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин	
		1	2
1.	Преддипломная практика	+	+
2.	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной	+	+

	работы (магистерской диссертации)		
--	-----------------------------------	--	--

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование разделов и тем	Л	ПЗ	СРС	Всего
Раздел 1. Технологии исследования и оценки привлекательности туристских территорий					
1	Тема 1. Понятие и структура туристского потенциала территории	2	1	11	14
2	Тема 2. Жизненный цикл развития туристских дестинаций	2	1	11	14
3	Тема 3. Методология исследования потенциала туристских дестинаций	2	2	10	14
Раздел 2. Продвижение привлекательности туристских территорий на внутренних и внешних рынках					
4	Тема 4. Брендинг туристских дестинаций	2	2	10	14
5	Тема 5. Города как дестинации туризма	4	4	12	20
6	Тема 6. Формирование и развитие туристских кластеров	2	2	12	16
7	Тема 7. Региональные программы развития туризма	2	4	10	16
	Всего	16	16	76	108

6. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (час.)
Раздел 1. Технологии исследования и оценки привлекательности туристских			
1.	1	*Потенциал технологий маркетинга для развития туристских дестинаций.	1
2.	2	Жизненный цикл развития туристских дестинаций	1
3.	3	*Организация и методы исследования потенциала туристских дестинаций	2
Раздел 2. Продвижение привлекательности туристских территорий на внутренних и внешних рынках			
4.	4	*Брендинг туристских дестинаций	2
5.	5	*Города как дестинации туризма	4
6.	6	Формирование и развитие туристских кластеров	2
7.	7	Региональные программы развития туризма	4

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитория, оборудованная компьютером, мультимедийным проектором и проекционным экраном.

9. Информационное обеспечение дисциплины

а) Windows, Microsoft Office, Интернет

б) Консультант, Гарант, Виртуальная библиотека ЮНВТО

Материалы ЮНВТО (исследования, передовой опыт, материалы конференций в сфере международного туризма) на английском и русском языках (2009-2018 гг.)

- <https://www.e-unwto.org/>

- <http://publications.unwto.org/ru>

в) <http://esystem.pfur.ru/> Телекоммуникационная учебно-информационная система РУДН;

г) <http://lib.rudn.ru/> Электронная библиотечная система РУДН

д) ресурсы сети Интернет:

- www.prootel.ru Журнал для профессионалов гостиничного дела «Про Отель»

- www.hotelline.ru Портал гостиничного бизнеса

- <http://profi.travel.ru/press/> Туризм и путешествия. Профессиональная пресса

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Нормативные правовые акты.

1. Федеральный закон РФ «Закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132 ФЗ (в последней редакции) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/

2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" с изменениями, внесенными Федеральным законом от 29.07.2018 N 250-ФЗ <http://logos-pravo.ru/zakon-rf-o-zashchite-prav-potrebiteley-s-kommentariyami>

Основная литература

3. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожаева. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 303 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02813-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>

4. Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата / отв. Ред. Романенкова О.Н. – М.: 2015. - 262 с. [электронный ресурс]. – Режим доступа http://www.biblio-online.ru/thematic/?id=urait.content.EB940DB6-E5C3-44C7-9735-A5521E500F16&type=c_pub

5. Тарасенко, В.В. Территориальные кластеры: семь инструментов управления / В.В. Тарасенко; науч. ред. С.А. Вуйменков. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 201 с - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=263209>

Дополнительная литература

6. Черкашин, П.П. Конкурентоспособность территорий / П.П. Черкашин. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 102 с. - ISBN 978-5-504-00125-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=1412744>

7. Яковлев, П.П. Маркетинг в сфере туризма / П.П. Яковлев. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 78 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=873144>

8. Артеменко, О.Н. Теоретические аспекты брендинга в индустрии туризма и гостеприимства / О.Н. Артеменко, К.С. Глобов; Институт экономики, управления и права (г. Казань). - Казань: Познание, 2011. - 80 с.: ил., табл. - Библиогр.: с. 58-60 - ISBN 978-5-903486-05-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257760>

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

1. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины (Приложение 1).

2. Методические указания для подготовки обучающихся к практическим занятиям (Приложение 2).

3. Обеспечение доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья (Приложение 3).

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В данной рабочей программе фонд оценочных средств приводится в сокращении. Полный текст фонда оценочных средств содержится в Приложении 4.

Целью создания фонда оценочных средств (ФОС) является оценка персональных достижений обучающихся на соответствие их знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности поэтапным требованиям образовательной программы.

Задачи ФОС:

- контроль и управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ОС ВО РУДН и ФГОС;

- оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины с выделением положительных (или отрицательных) результатов;

- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс.

Планируемые уровни оценки компетенции:

– ***пороговый*** уровень (как обязательный для всех обучающихся по завершении освоения образовательной программы), предполагает 51-68 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «удовлетворительно»;

– ***продвинутый*** уровень (превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для выпускника), предполагает 69-85 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «хорошо»;

– ***высокий*** уровень (максимально возможная выраженность компетенции, ориентир для самосовершенствования), предполагает 86-100 баллов, что соответствует качественной оценке индивидуальных образовательных достижений «отлично».

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, входящий в состав рабочей программы дисциплины, включает в себя:

1. перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

2. описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

3. методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;

4. типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Разработчики:

Доцент, к.пед.н.
должность, название кафедры



Е.В. Колотова
инициалы, фамилия

Руководитель программы

Профессор, д.э.н.
должность, название кафедры



Е.С. Богомолова
инициалы, фамилия