

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2021 14:45:14
Уникальный программный идентификатор:
24f866be2aca164840368cbb7c509e9571e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

Утверждена

Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

18.11.2019 г.

протокол № 4

Зав. кафедрой Ергунова О.Т.



15 января 2020 г.

протокол № 3

Председатель

Карх Д.А.

(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Маркетинг туристских направлений
Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Профиль	Туризм
Форма обучения	очная
Год набора	2020

Разработана:
зав.кафедрой, к.э.н.
Ергунова О.Т.

Екатеринбург
2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	4
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	4
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	9
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	9
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	9
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №516)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг туристской дестинации» является подготовка студентов к успешной работе в сфере туризма и рекреационной деятельности на основе знания законов общества, привить умение применять эти знания в профессиональной деятельности; сформировать навыки использования основных способов и средств информационного взаимодействия, получения, хранения, переработки информации; способности к восприятию и методическому обобщению информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; выработать умения применять современные и актуальные инструменты и технологии регулирующего воздействия при реализации управленческого решения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 7						
Зачет с оценкой	144	60	20	40	84	4

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ИД-1.ОПК-4 Знать: Основные источники информации для исследования туристского рынка Уметь: Осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов Иметь навыки: Формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ПК-2 Способен проектировать объекты туристской деятельности	ИД-1.ПК-2 Знать: методы и технологии проектирования объектов туристской деятельности; Уметь: оценивать эффективность планирования по различным направлениям проекта, рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность проекта Иметь навыки: Формирования идеи проекта, организации

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Часов				
Семестр 7		144					
Тема 1.	Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы	20	2		2	16	
Тема 2.	Туристско-рекреационный потенциал дестинаций	22	2		6	14	
Тема 3.	Регион как дестинация	22	4		8	10	
Тема 4.	Маркетинг территорий и продвижение дестинаций	26	4		8	14	
Тема 5.	Поведение потребителей туристических дестинаций	22	4		8	10	
Тема 6.	Брендинг туристической дестинации, его элементы	32	4		8	20	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 1-2	Устный опрос (приложение 4)	Беседа со студентом на указанную тему	20 баллов
Тема 3	Эссе (приложение 4)	Письменный развернутый ответ на заданную тему	15 баллов
Тема 4-5	Контрольная работа (приложение 4)	Ответ на вопрос	20 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
7 семестр (ЗаО)	Билет к зачету с оценкой Приложение 5	В билете два вопроса	От 50 до 100%

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы Основные понятия и туристской дестинации. Свойства и виды туристической дестинации. Имидж дестинации.</p>
<p>Тема 2. Туристско-рекреационный потенциал дестинаций Туристско-рекреационный потенциал дестинаций. Влияние качества туристических услуг на экономику дестинации. Инвестиции в достопримечательности</p>
<p>Тема 3. Регион как дестинация Туристические регионы как дестинации. Классификация. Региональный маркетинг.</p>
<p>Тема 4. Маркетинг территорий и продвижение дестинаций Маркетинговый подход к туристской дестинации. Способы продвижения туристской дестинации. Стратегии продвижения туристской дестинации. Исследования маркетинговых коммуникаций предприятий сферы туризма и отдыха.</p>
<p>Тема 5. Поведение потребителей туристических дестинаций Потребители туристических дестинаций. Сегменты рынка туристских _дестинаций. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации.</p>
<p>Тема 6. Брендинг туристической дестинации, его элементы Определение бренда туристической дестинации, основные понятия и значения. Региональный брендинг. Концепция конкурентной идентичности территории С.Анхольта. Стратегический анализ рынка дестинации. SWOT – и ПЭСТ анализ дестинации.</p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы Основные понятия и туристской дестинации. Свойства и виды туристической дестинации. Имидж дестинации.</p>
<p>Тема 2. Туристско-рекреационный потенциал дестинаций Туристско-рекреационный потенциал дестинаций. Влияние качества туристических услуг на экономику дестинации. Инвестиции в достопримечательности</p>
<p>Тема 3. Регион как дестинация Туристические регионы как дестинации. Классификация. Региональный маркетинг.</p>
<p>Тема 4. Маркетинг территорий и продвижение дестинаций Маркетинговый подход к туристской дестинации. Способы продвижения туристской дестинации. Стратегии продвижения туристской дестинации. Исследования маркетинговых коммуникаций предприятий сферы туризма и отдыха.</p>
<p>Тема 5. Поведение потребителей туристических дестинаций Потребители туристических дестинаций. Сегменты рынка туристских _дестинаций. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации.</p>
<p>Тема 6. Брендинг туристической дестинации, его элементы Определение бренда туристической дестинации, основные понятия и значения. Региональный брендинг. Концепция конкурентной идентичности территории С.Анхольта. Стратегический анализ рынка дестинации. SWOT – и ПЭСТ анализ дестинации.</p>

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Туристская дестинация как базовый элемент туристической системы Основные понятия и туристской дестинации. Свойства и виды туристической дестинации. Имидж дестинации.</p>
<p>Тема 2. Туристско-рекреационный потенциал дестинаций Туристско-рекреационный потенциал дестинаций. Влияние качества туристических услуг на экономику дестинации. Инвестиции в достопримечательности</p>
<p>Тема 3. Регион как дестинация Туристические регионы как дестинации. Классификация. Региональный маркетинг.</p>
<p>Тема 4. Маркетинг территорий и продвижение дестинаций Маркетинговый подход к туристской дестинации. Способы продвижения туристской дестинации. Стратегии продвижения туристской дестинации. Исследования маркетинговых коммуникаций предприятий сферы туризма и отдыха.</p>
<p>Тема 5. Поведение потребителей туристических дестинаций Потребители туристических дестинаций. Сегменты рынка туристских _дестинаций. Формирование отношения потребителей к туристической дестинации.</p>
<p>Тема 6. Брендинг туристической дестинации, его элементы Определение бренда туристической дестинации, основные понятия и значения. Региональный брендинг. Концепция конкурентной идентичности территории С.Анхольта. Стратегический анализ рынка дестинации. SWOT – и ПЭСТ анализ дестинации.</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
не предусмотрено

7.4. Электронное портфолио обучающегося
материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Динни К., Сечная В.. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики: производственно-практическое издание. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 325 с.
2. Дашкова Т. Л.. Маркетинг в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011. - 72 с. – Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/product/313129>

Дополнительная литература:

1. Третьякова Т. Н.. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Соц.-культур. сервис и туризм". - Москва: Академия, 2008. - 265 с.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионное программное обеспечение:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Microsoft Windows 10 .Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017. Срок действия лицензии 30.09.2020.

Microsoft Office 2016. Акт предоставления прав № Tr060590 от 19.09.2017. Срок действия лицензии 30.09.2020.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия обеспечивающие тематические иллюстрации