МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«_20_» _июня_____20_18_г.

МАРКЕТИНГ ДЕСТИНАЦИИ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Организация и управление в индустрии туризма
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ к.э.н., доцент Воловода А.В.

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ....3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ....3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ....4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ....4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА....5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ....5
7.1 Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины....5
7.2 Организация самостоятельной работы....5
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ....7
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ....7
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины....7
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса....8
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ....9
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....9

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: ознакомить студентов с основными категориями, понятиями и принципами организации продвижения туристского продукта дестинации на рынок, с принципами государственного регулирования рекламной деятельности в туризме, с основными маркетинговыми принципами и инструментарием, применяемым в рекламировании туристских услуг, методическими основами создания рекламной продукции для предприятий туристской индустрии и регионов в целом.

Задачи**:**

изучение особенностей процесса продвижения туристского продукта дестинации в современной экономике;

анализ основных методов продвижения туристского продукта;

изучение основных инструментов государственного регулирования рекламной деятельности в туризме и практики их применения;

рассмотрение специфики рекламы, связей с общественностью, стимулирования сбыта в рамках дестинации, ознакомление с современной системой оценки эффективности мероприятий по продвижению туристского продукта;

освоение навыков проведения мероприятий по продвижению туристского продукта дестинации.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ. «Маркетинг дестинации» относится к выборным дисциплинам Блока 1, и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	*2*	*3*
ПК-6-способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристкой деятельности	Второй уровень (углубленный) (ПК-6) –2	Декомпозиция III Уметь: осуществлять поиск, анализ и обработку научно-технической информации и обосновывать выбор каналов и методов продвижения туристского продукта дестинации; осуществлять поиск, анализ и обработку научно-технической информации о функционировании туристско-информационных центров России и за рубежом.У2 (III) (ПК-6) Владеть: навыками поиска, анализа и обработки научно-технической информации для продвижения туристского продукта дестинации В2 (III) (ПК-6)
ПК-11 – способностью к	Третий уровень (продвинутый)	Декомпозиция I Уметь: обосновывать выбор каналов и методов

продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	(ПК-11) –3	продвижения и реализации с помощью информационных и коммуникационных технологий туристского продукта дестинации в целом, так и через туристско-информационные центры. У3 (I) (ПК-11) Владеть: навыками продвижения туристского продукта дестинации с использованием информационных и коммуникационных технологий. В3 (I) (ПК-11)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет - 7 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
РАЗДЕЛ 1. Основы маркетинга дестинации Тема 1.1 Понятие маркетинга дестинации.	-	2	-	10
Тема 1.2. Общие методические положения создания рекламы на национальном уровне	-	4	-	10
Тема 1.3. Средства рекламы и средства PR для продвижения дестинации на национальном уровне	-	4	-	12
РАЗДЕЛ 2. Особенности продвижения дестинации Тема 2.1. Брендинг.	-	4	-	10
Тема 2.2. Продвижение дестинации в социальных сетях.	-	4	-	12
Всего по дисциплине:	-	18	-	54

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. Основы маркетинга дестинации

Тема 1.1 Понятие маркетинга дестинации.

Понятие дестинации и курорта. Классификация дестинаций. Жизненный цикл дестинации. Модель жизненного цикла Батлера. Понятие маркетинга дестинации..

Тема 1.2 Общие методические положения создания рекламы на национальном уровне

Стратегии маркетинга территорий. Общие методические положения создания рекламы на национальном уровне. **Анализ научно-исследовательской информации для продвижения туристского продукта дестинации.**

Тема 1.3. Средства рекламы и средства PR для продвижения дестинации на национальном уровне. Понятие национального туристского продукта. **Особенности продвижения туристского продукта дестинации.** Средства распространения рекламы и

средства паблик рилейшнз для продвижения дестинации на национальном уровне.
Разработка рекламного бюджета дестинации.
РАЗДЕЛ 2. Особенности продвижения дестинации
Тема 2.1. Брендинг.
Классификация средств распространения рекламы. **Выбор каналов и методов продвижения туристского продукта дестинации.** Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта.
Тема 2.2. Продвижение дестинации в социальных сетях.
Особенности продвижения дестинации в социальных сетях. Создание сайтов. Управление имиджем дестинации.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Содержание занятий	Вид занятия / Оценочное средство
1.1	СЗ: Основные понятия и категории маркетинга дестинации.	семинар / Проверка задания по теме семинара
1.2	СЗ: Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта на национальном уровне.	семинар / Проверка задания по теме семинара
1.3	СЗ: Планирование рекламной кампании для продвижения дестинации.	семинар / Проверка задания по теме семинара
2.1	ПЗ: Разработка рекламного продукта дестинации для выставки	Практика / Проверка заданий по темам практических занятий
2.2	ПЗ: Разработка имиджа дестинации	Практика / Проверка заданий по темам практических занятий
2.2	ПЗ Особенности продвижения дестинации в социальных сетях.	Практика / Проверка заданий по темам практических занятий
2.1-2.2	ПЗ: Использование новых информационных технологий при разработке туристского рекламного продукта дестинации.	Практика / Проверка заданий по темам практических занятий

*ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1 Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и в установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2-х недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2 Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
	Подготовка к практическим и семинарским занятиям, в т.ч.:
1.1	Подготовка к тематической дискуссии «Основные понятия и категории маркетинга дестинации»
1.2	Подготовка к тематической дискуссии «Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта на национальном уровне»
1.3	Подготовка к анализу конкретных ситуаций «Планирование рекламной кампании для продвижения дестинации»
2.1	Подготовка к игровому проектированию «Разработка рекламного продукта дестинации для выставки»
2.1	Подготовка к анализу конкретных ситуаций «Разработка имиджа дестинации»
2.2	Подготовка к тематической дискуссии «Особенности продвижения дестинации в социальных сетях».
2.2	Подготовка к проблемному семинару «Использование новых информационных технологий при разработке туристского рекламного продукта дестинации».
1.1.-2.2	Подготовка заданий для контрольных точек БРС
	Итого СРО:

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Применение активных и интерактивных методов обучения

В преподавании дисциплины «Маркетинг дестинации» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Занятия семинарского типа:

1. *Проблемный семинар*:

«Использование новых информационных технологий при разработке туристского рекламного продукта дестинации» (тема 2.2). Для проведения семинара учебная группа разбивается на 4-е подгруппы. Каждая подгруппа обсуждает примеры продвижения туристских услуг, предложенные преподавателем.

2. *Анализ конкретных ситуаций* «Разработка имиджа дестинации» (тема 2.1).. В группах по 3-4 чел. обсуждаются вопросы в соответствии с заранее заданным заданием для самостоятельной работы.

3. *Игровое проектирование* «Разработка рекламного продукта дестинации для выставки». (тема 2.1).

Группы публично защищают разработанный вариант рекламного продукта региона для участия в выставке. Учебные цели и система оценки деятельности в основном ориентированы на качество выполнения конкретного проекта и представления результатов проектирования. Для подготовки к игровому проектированию разрабатывается мультимедийная презентация.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	**Основная/ дополнительная литература**	**Книгообеспеченность**	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	**Электронные ресурсы**
1. Дурович А.П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович .— 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2014 .— 156 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
2. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с. (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009967-5. - Текст : электронный.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
3.Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий : Учебное пособие / Джанджугазова Е. А. — 3-е изд., испр. и доп .— Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 208 с .	основная	-	ЭБС Юрайт
4. Туризм: технологии, экономика, управление : учебник : в 2 частях / под общ. ред.	дополнительная	19	ЭБ OPAC.UN

Г.А.Карповой, Л.В.Хоревой. Ч. 1 .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 .— 276 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru .			ECON.RU
5. Туризм: технологии, экономика, управление : учебник в 2 частях / под общ. ред. Г.А.Карповой, Л.В.Хоревой. Ч. 2 .— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014 .— 356 с. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru.	дополнительная	19	ЭБ OPAC.UN ECON.RU

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).