

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
В.Г. Шубаева
20 21 г.

Продвижение туристских дестинаций на внутреннем и международном рынке

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ Специальность 43.04.02 Туризм

Направленность (профиль) программы/ Специализация Организация управления туристскими дестинациями

Уровень высшего образования Магистратура

Форма обучения очная

Составитель(и):
к.э.н, Воловода Анна Валентиновна

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: Экзамен: семестр 2
в том числе:		
контактная работа	48	
самостоятельная работа	60	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	2
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	20
Практические занятия	28
Лабораторные работы	
Итого аудиторных часов	48
Самостоятельная работа	60
Часы на контроль	36
Итого академических часов	144
Общая трудоемкость в зачетных единицах	4

Санкт-Петербург
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*	4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
5.1 Рекомендуемая литература	5
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства	5
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД).....	6
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	8
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	10
1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации	10
1.2 Темы письменных работ.....	11
1.3 Контрольные точки	11
1.4 Другие объекты оценивания	11
1.5 Самостоятельная работа обучающегося	11
1.6 Шкала оценивания результата	11

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Формирование компетенций в области разработки программ продвижения туристских дестинаций, методов продвижения туристских дестинаций на мировом и внутреннем рынках.
--------------	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.О Продвижение туристских дестинаций на внутреннем и международном рынке относится к обязательной части Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<i>ПК-5 - Способен осуществлять управление процессами создания, функционирования и развития туристских дестинаций</i>	<i>ПК-5.3 - Разрабатывает комплекс мероприятий по продвижению выбранной туристской дестинации и обосновывает его эффективность</i>	<p><i>Знать: Знать принципы, методы и механизмы продвижения туристских дестинаций на мировом и внутренних рынках.</i></p> <p><i>Уметь: Уметь разработать комплекс мероприятий по продвижению конкретной туристской дестинации и оценить его эффективность..</i></p> <p><i>Владеть: Уметь разработать комплекс мероприятий по продвижению конкретной туристской дестинации и оценить его эффективность..</i></p>
<i>ОПК-2 - Способен осуществлять стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления</i>	<i>ОПК-2.2 - Использует основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления</i>	<p><i>Знать: Знать необходимую информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп при разработке программ продвижения туристских дестинаций на мировом и внутренних рынках.</i></p> <p><i>Уметь: Уметь осуществлять поиск и применять информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп при разработке программ продвижения конкретных туристских дестинаций..</i></p> <p><i>Владеть: Уметь осуществлять поиск и применять информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп при разработке программ продвижения конкретных туристских дестинаций..</i></p>
<i>ОПК-4 - Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере</i>	<i>ОПК-4.2 - Разрабатывает и внедряет маркетинговые</i>	<i>Знать: Знать необходимую информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп при разработке программ продвижения туристских дестинаций на мировом и внутренних</i>

<i>туризма</i>	<i>стратегии и программы в сфере туризма</i>	<p><i>рынках.</i></p> <p><i>Уметь: Уметь осуществлять поиск и применять информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп при разработке программ продвижения конкретных туристских дестинаций..</i></p> <p><i>Владеть: Уметь осуществлять поиск и применять информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп при разработке программ продвижения конкретных туристских дестинаций..</i></p>
----------------	--	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Основные понятия маркетинга туристских дестинаций	Основные стратегические направления маркетинга территории. Маркетинг имиджа территории. Маркетинг туристской инфраструктуры. Маркетинг территориального туристского продукта. Маркетинг достопримечательностей. Маркетинг туристских ресурсов. Маркетинг персонала. Основные элементы, формирующие маркетинговую деятельность туристских территорий. Регион как объект территориального маркетинга. Типология регионов. Научно-практические подходы к исследованию регионов. Основные туристские и курортные зоны России.	4	4		8
Тема 2. Комплекс маркетинга туристской дестинации	Туристские и рекреационные ресурсы. Классификация природных рекреационных ресурсов. Показатели потенциалов основных туристских дестинаций. Перспективные виды туризма. Туристский потенциал районов России. Оценка ресурсного потенциала региона. Основные элементы комплекса маркетинга территории.- Уровни туристского продукта. Структура территориального туристского продукта. Каналы сбыта территориальных туристских продуктов и услуг. Влияние туризма и рекреации на региональное развитие.	4	6		10
Тема 3. Основные формы и методы продвижения туристской дестинации на внутреннем и	Современные средства продвижения туристских территорий. Программы продвижения России на региональном уровне. Основные цели, задачи, функции и направления деятельности регионального маркетингового центра. Формирование имиджа туристских	4	6		14

мировом рынках	территорий. Маркетинг имиджа туристской территории. Маркетинг достопримечательностей				
Тема 4. Брендинг туристских дестинаций	Разработка бренда дестинации. Составляющие бренда. Классификация средств распространения рекламы. Выбор каналов и методов продвижения туристского бренда. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта	4	6		14
Тема 5. Маркетинг основных видов туристских территорий	Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров. Курортный продукт. Маркетинг городов и туристских центров. Классификация туристских центров. Маркетинг достопримечательностей.	4	6		14
Контроль:					36
Всего по дисциплине:		20	28	0	60

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

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Шубаева В.Г. Маркетинг-менеджмент туризма [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ В.Г.Шубаева, И.О. Сердобольская; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, Каф. маркетинга. — Электрон. текстовые дан.(1 132 Кб). — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. — Имеется печ. аналог	http://opac.unecon.ru/elibrary/elib/386192000.pdf
Туризм: технологии, экономика, управление учебник в 2-х частях / Коллектив авторов под общ.ред. Г.А.Карповой, Л.В. Хоревой. - СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2014	http://opac.unecon.ru/elibrary/elib/475768359.pdf

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- Microsoft Office Professional
- Microsoft Windows Professional

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – 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
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)
8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
12.	Электронная библиотека СПБГЭУ – opac.unecon.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

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

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 402 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового	196084, г. Санкт-

<p>проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 48 посадочных мест; доска меловая 1 шт.; тумба; Компьютер Intel i5 X4 4460 3.2Gh/8Gb/1Tb - 1 шт., Проектор цифровой Acer X1240 - 1 шт., Усилитель мощности pa 9312 - 1 шт., Микшер общего назначения Soundcraft Notepad 124 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.</p>	<p>Петербург, Московский пр., д. 103, лит. А, пом. 1Н, 2Н</p>
--	---

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;

- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;
- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. 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.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

1. Сущность и особенности туристского территориального продукта, способы его формирования.
2. Основные элементы, формирующие маркетинговую деятельность территорий.
3. Основные научно-практические подходы к исследованию туристского региона.
4. Туристские и рекреационные ресурсы как основа формирования территориального туристского продукта.
5. Потенциал туристских территорий
6. Роль и значение кадастра туристских ресурсов для определения пути эффективного развития туристской деятельности в регионе.
7. Комплекс маркетинга территории, характеристика основных элементов, особенности разработки.
8. Характеристика основных выгод и проблем, связанных с развитием туризма в дестинации
9. Современные средства продвижения туристских дестинаций
10. Выставочная деятельность дестинации, как важнейший элемент ее продвижения.
11. Основные каналы распределения туристского регионального продукта.
12. Электронный маркетинг, его роль и значение в формировании коммуникативной политики администрации туристской территории.
13. Рекламные и ознакомительные туры как эффективное средство продвижения туристских дестинаций.
14. Официальный Сайт туристской администрации как инструмент развития.
15. Основные требования ЮНВТО к сайтам туристских администраций регионов.
16. Новейшие электронные технологии продвижения туристской дестинации.
17. Сущность и значение имиджа туристской дестинации.
18. Формирование имиджа туристских дестинаций.
19. Особенности брэндинга туристских дестинаций.
20. Городской туристский продукт его специфика и особенности формирования и продвижения.
21. Маркетинг городов и туристских центров, основные понятия, специфические особенности
22. Курортный продукт его структура и специфические особенности и особенности продвижения.
23. Маркетинг достопримечательностей как важнейший элемент маркетинга туристских дестинаций.
24. Особенности маркетинга достопримечательностей, роль и значение тематических парков в формировании привлекательного имиджа туристских дестинаций
25. Основные проблемы и тенденции в области продвижения туристских дестинаций.
26. Разработка стратегии продвижения туристских регионов на внутренние и внешние рынки.
27. Программы продвижения России на региональном и международном уровне, особенности формирования региональных программ продвижения.
28. Маркетинговые исследования, как эффективный способ установления обратной связи с потребителями региональных туристских продуктов и услуг.
29. Роль и значение региональных маркетинговых центров в продвижении туристских дестинаций.
30. Музейные бренды и особенности их формирования.

31. Историко-культурные центры как полюса экономического роста территории.
32. Роль туристской инфраструктуры в формировании территориального туристского продукта.
33. Концепции маркетинга, особенности их применения в формировании программ продвижения дестинаций.
34. Географические, культурные, исторические и этнические составляющие имиджа туристской территории.
35. Роль и значение атрибутивных знаков в формировании привлекательного образа туристской дестинации.
36. Сущность имиджевого позиционирования туристских территорий.
37. Основные стратегические направления развития санаторно-курортного комплекса России.

1.2 Темы письменных работ

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Информационно-аналитическая работа	с помощью технических средств и информационных систем	1-3
2	Информационно-аналитическая работа	с помощью технических средств и информационных систем	4-5

1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Выполнение домашних заданий	1-5
Выполнение расчетных, аналитических, расчетно-графических и др. заданий	2-3,4-5
Подготовка к экзамену	1-5

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле

успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
≤ 54	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
≥ 85	отлично

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.