

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о государственном аккредитованном некоммерческом частном образовательном учреждении высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 07.05.2024 15:55:26

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

25.12.2023

Б1.В.ДЭ.13.01

Брендинг в сфере туризма

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Кафедра государственного и корпоративного управления
Учебный план	43.03.02 Туризм
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная
Программу составил(и):	кфн, доцент, Немец Г.Н.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	Неделя		16 1/6	
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Контактная работа на аттестации	0,2	0,2	0,2	0,2
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32,2	32,2	32,2	32,2
Сам. работа	39,8	39,8	39,8	39,8
Итого	72	72	72	72

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	- формирование теоретических знаний и практических навыков в области
1.2	курортологии, подготовка обучающихся к изучению других дисциплин,
1.3	создание базы для формирования профессиональных компетенций,
1.4	обеспечивающих подготовку выпускников, востребованных на рынке труда.
1.5	Дисциплина призвана развивать у обучающихся профессиональное
1.6	мышление, инициативу и интуицию, а также способность к разработке
1.7	туристских продуктов

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДЭ.13
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Логистика в туризме
2.1.2	Маркетинг в туризме
2.1.3	Разработка технологии и проведения экскурсий
2.1.4	Курортное дело
2.1.5	Технология внутреннего туризма
2.1.6	Психология в туристской деятельности
2.1.7	Туристско-рекреационное ресурсосведение
2.1.8	Экономика туризма
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Производственная практика: проектно-технологическая
2.2.2	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.3	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.4	Экономика и предпринимательство в сфере туризма
2.2.5	Туристско-рекреационное проектирование
2.2.6	Культура туристского обслуживания
2.2.7	Производственная практика: организационно-управленческая практика
2.2.8	Технология туроператорских и турагентских услуг
2.2.9	Цифровые сервисы в индустрии туризма
2.2.10	Организация туристской деятельности
2.2.11	Управление персоналом в сфере туризма

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

ПК-7: Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-7.1: Знает туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста

Знать:

туристский продукт

туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий

туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста

Уметь:

осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;

осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;

проводить анализ деятельности других туркомпаний;

<input type="checkbox"/> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами; <input type="checkbox"/> проводить анализ деятельности других туркомпаний; <input type="checkbox"/> работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
Владеть:
<input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; <input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; <input type="checkbox"/> предоставления сопутствующих услуг;
<input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; <input type="checkbox"/> предоставления сопутствующих услуг; <input type="checkbox"/> расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и опреде-ления цены турпродукта;
ПК-7.2: Умеет организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг
Знать:
<input type="checkbox"/> виды рекламного продукта; <input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятель-ности на выставках; <input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/> виды рекламного продукта; <input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятель-ности на выставках; <input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных; <input type="checkbox"/> методы работы с базами данных; <input type="checkbox"/> методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
<input type="checkbox"/> виды рекламного продукта; <input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятель-ности на выставках; <input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных; <input type="checkbox"/> методы работы с базами данных; <input type="checkbox"/> методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; <input type="checkbox"/> способы устранения проблем, возникающих во время тура; <input type="checkbox"/> методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; <input type="checkbox"/> методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; <input type="checkbox"/> основные формы работы с турагентами по продвижению и реализа-ции турпродукта; <input type="checkbox"/> методику организации рекламных туров;
Уметь:
организовать продажу отдельных туристских услуг
организовать продажу туристского продукта
организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг
Владеть:
<input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; <input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; <input type="checkbox"/> предоставления сопутствующих услуг;
<input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; <input type="checkbox"/> предоставления сопутствующих услуг; <input type="checkbox"/> расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и опреде-ления цены турпродукта;
ПК-7.3: Владеет навыками ведения переговоров с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов
Знать:
<input type="checkbox"/> виды рекламного продукта; <input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятель-ности на выставках; <input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/> виды рекламного продукта; <input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятель-ности на выставках; <input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных; <input type="checkbox"/> методы работы с базами данных; <input type="checkbox"/> методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
<input type="checkbox"/> виды рекламного продукта; <input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятель-ности на выставках; <input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных; <input type="checkbox"/> методы работы с базами данных; <input type="checkbox"/> методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению,

<p>местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</p> <p><input type="checkbox"/> способы устранения проблем, возникающих во время тура;</p> <p><input type="checkbox"/> методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</p> <p><input type="checkbox"/> методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;</p> <p><input type="checkbox"/> основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;</p> <p><input type="checkbox"/> методику организации рекламных туров;</p>
Уметь:
<p><input type="checkbox"/> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;</p>
<p><input type="checkbox"/> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;</p> <p><input type="checkbox"/> проводить анализ деятельности других туркомпаний;</p>
<p><input type="checkbox"/> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;</p> <p><input type="checkbox"/> проводить анализ деятельности других туркомпаний;</p> <p><input type="checkbox"/> работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;</p>
Владеть:
согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов
навыками ведения переговоров с партнерами
навыками ведения переговоров с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов
ПК-2.1: Знает как выработать управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя
Знать:
<p><input type="checkbox"/> виды рекламного продукта;</p> <p><input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;</p> <p><input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных;</p>
<p><input type="checkbox"/> виды рекламного продукта;</p> <p><input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;</p> <p><input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных;</p> <p><input type="checkbox"/> методы работы с базами данных;</p> <p><input type="checkbox"/> методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</p>
<p><input type="checkbox"/> виды рекламного продукта;</p> <p><input type="checkbox"/> правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;</p> <p><input type="checkbox"/> способы обработки статистических данных;</p> <p><input type="checkbox"/> методы работы с базами данных;</p> <p><input type="checkbox"/> методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;</p> <p><input type="checkbox"/> способы устранения проблем, возникающих во время тура;</p> <p><input type="checkbox"/> методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</p> <p><input type="checkbox"/> методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;</p> <p><input type="checkbox"/> основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;</p> <p><input type="checkbox"/> методику организации рекламных туров;</p>
Уметь:
<p><input type="checkbox"/> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;</p>
<p><input type="checkbox"/> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;</p> <p><input type="checkbox"/> проводить анализ деятельности других туркомпаний;</p>
<p><input type="checkbox"/> осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;</p> <p><input type="checkbox"/> проводить анализ деятельности других туркомпаний;</p> <p><input type="checkbox"/> работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;</p>
Владеть:
<p><input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;</p>
<p><input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;</p> <p><input type="checkbox"/> предоставления сопутствующих услуг;</p>
<p><input type="checkbox"/> проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;</p> <p><input type="checkbox"/> предоставления сопутствующих услуг;</p> <p><input type="checkbox"/> расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;</p>

ПК-2.2: Умеет участвовать в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг	
Знать:	
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	методы работы с базами данных;
<input type="checkbox"/>	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	методы работы с базами данных;
<input type="checkbox"/>	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
<input type="checkbox"/>	способы устранения проблем, возникающих во время тура;
<input type="checkbox"/>	методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
<input type="checkbox"/>	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
<input type="checkbox"/>	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
<input type="checkbox"/>	методику организации рекламных туров;
Уметь:	
рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии	
рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	
рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	
Владеть:	
<input type="checkbox"/>	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
<input type="checkbox"/>	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
<input type="checkbox"/>	предоставления сопутствующих услуг;
<input type="checkbox"/>	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
<input type="checkbox"/>	предоставления сопутствующих услуг;
<input type="checkbox"/>	расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
ПК-2.3: Владеет навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	
Знать:	
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	методы работы с базами данных;
<input type="checkbox"/>	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	методы работы с базами данных;
<input type="checkbox"/>	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
<input type="checkbox"/>	способы устранения проблем, возникающих во время тура;
<input type="checkbox"/>	методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
<input type="checkbox"/>	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
<input type="checkbox"/>	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
<input type="checkbox"/>	методику организации рекламных туров;
Уметь:	
<input type="checkbox"/>	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
<input type="checkbox"/>	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;

<input type="checkbox"/>	проводить анализ деятельности других туркомпаний;
<input type="checkbox"/>	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;
<input type="checkbox"/>	проводить анализ деятельности других туркомпаний;
<input type="checkbox"/>	работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
Владеть:	
навыками разработки текущих планов реализации туристских продуктов	
навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов	
навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
туристский продукт	
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
<input type="checkbox"/>	виды рекламного продукта;
<input type="checkbox"/>	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
<input type="checkbox"/>	способы обработки статистических данных;
3.2	Уметь:
<input type="checkbox"/>	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;
организовать продажу отдельных туристских услуг	
<input type="checkbox"/>	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;
<input type="checkbox"/>	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;
рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии	
<input type="checkbox"/>	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их ре-зультаты при создании туристского продукта и для переговоров с ту-рагентствами;
3.3	Владеть:
<input type="checkbox"/>	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
<input type="checkbox"/>	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	
<input type="checkbox"/>	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
<input type="checkbox"/>	проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
навыками разработки текущих планов реализации туристских продуктов	