



автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
сервиса и туризма

_____ Е. Н. Осипова
27.05.2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Брендинг в туризме

Направление подготовки:

43.04.02 Туризм

Направленность (профиль): «Организация и управление в
туристическом бизнесе»

Квалификация: Магистр

Трудоемкость 4 з.е.

Новосибирск 2020

Программа дисциплины *Брендинг в туризме* составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017 № 556.

АВТОР Н. Н. Пономарев, канд.экон.наук, доцент, кафедра сервиса и туризма;

РЕЦЕНЗЕНТЫ

Осипова Е.Н., канд. техн. наук, доцент, зав. кафедрой сервиса и туризма

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

на заседании кафедры сервиса и туризма

протокол от 27.05.2020 г. № 9

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Брендинг в туризме» состоит в формировании совокупности знаний, необходимых для разработки и реализации туристических продуктов и услуг, обладающих качествами, удовлетворяющими требования потребителей, организации комплексного туристического обслуживания в основных секторах туристической индустрии.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих типов задач профессиональной деятельности: проектный, научно-исследовательский, а именно:

- уметь разрабатывать и внедрять инновационные технологии в туристской индустрии;

- быть способным оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном уровне).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Результаты освоения ООП: код и формулировка компетенции (в соответствии с учебным планом) или ее части	Код и формулировка индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен управлять разработкой, обоснованием и реализацией проектов, внедрять изменения в сфере туризма	ПК-2.2 Организует, координирует и контролирует деятельность по разработке бизнес планов в сфере туризма как технологии обоснования проектов и принятия предпринимательских решений	Знает: -организацию деятельности по разработке бизнес планов на основе инновационных технологий в сфере туризма. Умеет: -координировать и контролировать деятельность по разработке бизнес планов на основе инновационных технологий в сфере туризма.

ПК-3 Способен применять научные концепции исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления	ПК-3.2 Проводит предпроектный анализ с применением современных методов научных исследований	Знает: -методы прогнозирования спроса и методы пред проектного анализа с применением современных методов научных исследований. Умеет: -применять современные методы прогнозирования спроса и методы научных исследований.
---	---	--

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина "Брендинг в туризме" относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и является дисциплиной по выбору обучающимся.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: "Исследование поведения потребителей туристских услуг", "Прогнозирование спроса на рынке туристских услуг", а также в результате прохождения организационно-управленческой практики.

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при выполнении научно-исследовательской работы, прохождении преддипломной практики, выполнении и защите выпускной квалификационной работы.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО ФОРМАМ И СРОКАМ ОБУЧЕНИЯ

Очная форма обучения - 3 семестр

Вид занятия	Часов по учебному плану
Контактная работа с преподавателем:	26
-занятия лекционного типа	6
-занятия семинарского типа:	
-семинарские/практические	18
-лабораторные	0
-индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками (ИРОПР), консультации, в том числе по курсовой работе (проекту) (КР/КП)	2
Самостоятельная работа:	118

в т.ч. курсовая работа (проект)	
Промежуточная аттестация:	
зачет	
Общая трудоемкость	144

Заочная форма обучения - 2 курс

Вид занятия	Часов по учебному плану
Контактная работа с преподавателем:	20
-занятия лекционного типа	4
-занятия семинарского типа:	
-семинарские/практические	12
-лабораторные	0
-индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками (ИРОПР), в том числе консультации по курсовой работе (проекту) (КР/КП)	4
Самостоятельная работа:	120
в т.ч. курсовая работа (проект)	
контрольная работа	
Промежуточная аттестация:	
зачет	4
Общая трудоемкость	144

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма обучения

№	Раздел / Тема дисциплины	Количество часов по видам учебной работы					
		ВСЕГО	СР	контактная работа с преподавателем			
				занятия лекционного типа	семинарские/практические	занятия семинарского типа:	
				лабораторные			
1	Понятие и эволюция развития торговых марок	24	20	2	2	0	
2	Функции и архитектура торговой марки	24	20	2	2	0	
3	Индивидуальность бренда	24	20	0	4	0	
4	Позиционирование бренда	24	20	0	4	0	
5	Процесс формирования бренда	24	20	2	2	0	
6	Бренд-коммуникации. Управление брендом	22	18	0	4	0	
Подготовка и защита курсовой работы (проекта)							
Промежуточная аттестация (зачет)		0					
ИТОГО		144	118	6	18	0	2
В том числе с применением инновационных форм учебных занятий		0		0	0	0	0

Заочная форма обучения

№	Раздел / Тема дисциплины	Количество часов по видам учебной работы					
		ВСЕГО	СР	контактная работа с преподавателем			
				занятия лекционного типа	семинарские/практические	занятия семинарского типа:	
				лабораторные			
1	Понятие и эволюция развития торговых марок	24	20	2	2	0	
2	Функции и архитектура торговой марки	22	20	0	2	0	
3	Индивидуальность бренда	22	20	0	2	0	
4	Позиционирование бренда	22	20	0	2	0	
5	Процесс формирования бренда	24	20	2	2	0	
6	Бренд-коммуникации. Управление брендом	22	20	0	2	0	
Подготовка и защита курсовой работы (проекта) / подготовка контрольной работы							
Промежуточная аттестация (зачет)		4					
ИТОГО		144	124	4	12	0	4
В том числе с применением инновационных форм учебных занятий		0		0	0	0	0

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

№ п/п	Темы дисциплины	Перечень учебно-методических материалов
1	Понятие и эволюция развития торговых марок	1,2,3,4,5,6
2	Функции и архитектура торговой марки	1,2,3,4,5,6
3	Индивидуальность бренда	1,2,3,4,5,6
4	Позиционирование бренда	1,2,3,4,5,6
5	Процесс формирования бренда	1,2,3,4,5,6
6	Бренд-коммуникации. Управление брендом	1,2,3,4,5,6

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Фонде оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации.

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

Основная учебная литература

- 1 Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов : учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 343 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_592bf62f2c4f86.51817652. - Режим доступа: "<http://znaniium.com/go.php?id=989359>"
- 2 ДОМНИН ВЛАДИМИР НИКОЛАЕВИЧ. Бренддинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / ДОМНИН ВЛАДИМИР НИКОЛАЕВИЧ. - М. : Юрайт, 2017. - 412с. : ил. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - Библиогр.:с.376-381. - ISBN 978-5-534-02980-2.
- 3 КУЗЬМИНА ОЛЬГА ГЕННАДЬЕВНА. Бренд-менеджмент : учебное пособие для вузов / КУЗЬМИНА ОЛЬГА ГЕННАДЬЕВНА. - М. : РИОР:Инфра-М, 2017. - 176с. : ил. - Библиогр.:с.152-155. - ISBN 978-5-369-01614-5. - ISBN 978-5-16-012452-0.

Дополнительная учебная литература

- 4 БРЕНДИНГ в управлении маркетинговой активностью / Н.К.Моисеева,М.Ю.Рюмин,М.В.Слушаенко,А.В.Будник;под ред.Н.К.Моисеевой; Междунар.акад.менеджмента. - М. : Омега-Л, 2003. - 336с. : ил. - (Деловая активность).
- 5 ГОДИН АЛЕКСАНДР МИХАЙЛОВИЧ. Бренддинг : учеб.пособие для вузов / ГОДИН АЛЕКСАНДР МИХАЙЛОВИЧ, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. - М. : Дашков и К', 2004. - 362с. : ил. - Библиогр.:с.300-305.

6 МАКАШЕВА ЗИНАИДА МЕФОДИЕВНА. Брендинг : учеб.пособие для вузов / МАКАШЕВА ЗИНАИДА МЕФОДИЕВНА, М. О. Макашев. - СПб. : Питер, 2011. - 283с. : ил. - (Учебное пособие). - Библиогр.:с.272-283. - ISBN 978-5-94807-039-1.

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

- Корпоративный менеджмент: www.cfin.ru/marketing
- маркетинговые исследования, электронная библиотека, обзоры рынков: www.consultant.ru

10. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, В ТОМ ЧИСЛЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

- БЭСТ-Маркетинг
- Microsoft Power Point 2010
- Microsoft Word 2010
- Microsoft Excel 2010

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Материально-техническая база соответствует действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные 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.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа оснащены мультимедийным оборудованием. Аудитории для проведения онлайн-занятий оснащены оборудованием для проведения видео-конференций (вебинаров).