

«МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ»

Б1.В.ОД.2

Дисциплина «Маркетинг туристских дестинаций» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», программа подготовки «Устойчивое развитие туризма: экономика, экология, управление, технологии», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Маркетинг туристских дестинаций» является дать магистрантам теоретические знания и практические навыки по организации эффективного функционирования и управлению туристским регионом.

Основными задачами дисциплины являются:

- формирование комплексного представления о туристской дестинации, включающей в себя туристские аттракции, туристскую инфраструктуру и сопутствующий сервис;
- овладение навыками формирования и продвижения комплексного туристского продукта дестинации;
- освоение методологическими понятиями и навыками позиционирования дестинации на мировом и домашнем (отечественном) туристских рынках;
- овладение навыками проведения комплексного анализа туристского продукта дестинации;
- овладение формами, методами и приемами управления туристской дестинацией.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Учебная дисциплина «Маркетинг туристских дестинаций» является обязательной дисциплиной вариативной части учебного плана образовательной программы высшего образования МосГУ.

Дисциплина «Маркетинг туристских дестинаций» базируется на знаниях, полученных при освоении предыдущих курсов по профилю подготовки «Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий» и «Государственное регулирование развития туризма».

Освоение дисциплины «Маркетинг туристских дестинаций» необходимо как предшествующее для изучения дисциплин «Интеграционные и диверсификационные процессы в сфере туризма», «Электронные бизнес-процессы и технологии в сфере туризма». Эта дисциплина носит обобщающий характер. Знания и навыки, полученные при изучении дисциплины, способствуют более успешной работе над магистерской диссертацией.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых

результатов обучения по дисциплине «Маркетинг туристских дестинаций», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению 43.04.02 «Туризм», программа «Устойчивое развитие туризма: экономика, экология, управление».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

- **ПК-4** способность к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии

- **ПК-11** готовность использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах в сфере туризма

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- концептуальные основы и технологии рационального использования туристско - рекреационного потенциала территории;

- методологические подходы к формированию устойчивого развития туристско - рекреационных территорий;

- методы стратегического анализа туристских ресурсов и политики территории, для определения возможностей и роли туризма в формировании общего устойчивого развития региона.

туристских компаний;

– основы рекламной деятельности.

Уметь:

– анализировать научные гипотезы, разработки и программы регионального развития туристской индустрии;

- прогнозировать развитие туристической дестинации;

- определять перспективные направления туристической дестинации и формировать стратегию эффективного развития туристической территории;

- формировать и управлять брендом и имиджем туристской дестинации;

- разрабатывать комплексный продукт дестинации, соответствующего ожиданиями целевых сегментов туристов;

- создавать программы становления и развития новых и улучшение существующих туристских аттракций дестинации;

Владеть:

- навыками поиска, сбора, систематизации и использования политической, экономической и финансовой информации, в том числе полученной из иностранных источников, средств электронных коммуникаций;

- навыками культуры мышления, логики, обобщения, выделения частных моментов, определяющих иррациональное использование туристского потенциала регионов;

- навыками применения современных информационных технологий при формировании особого образа конкретного региона.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.