

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик:

Жаркова В.Л., доцент,
канд. техн. наук, доцент



1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) является составление представления у студентов о понятии бренда и процессе брендинга как комплексе действий по его созданию, а также о видах брендов, структуре брендов и моделях брендовой идентичности, имидже бренда и инструментах его формирования, основных атрибутах бренда, а также о некоторых аспектах бренд-менеджмента, о брендовом портфеле, его структуре, моделях управления им.

Задачами освоения дисциплины являются:

- изучить различные определения понятия «бренд», составить представление о различиях и общих чертах марки и бренда, преимуществах обладания сильным брендом;
- ознакомиться с понятием «идентичности бренда» как одним из основополагающих в теориях брендинга, а также с моделями структуры брендов и брендовой идентичности ведущих авторов;
- составить представление о портфеле брендов, его возможных структурах и моделях управления им;
- изучить понятие «имидж» бренда и то, какими средствами и с помощью каких каналов коммуникаций он формируется;

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается в 2 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведён ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- роль бренда и бренд-менеджмента в индустрии туризма, основы построения бренда в туристской сфере, теорию и практику конструирования бренда, мировой, отечественный и региональный опыт построения и управления брендом в туризме (код компетенции – ПК-8, код индикатора – ПК-8.1);
- основы стратегического менеджмента и маркетинга в индустрии туризма (код компетенции – ПК-9, код индикатора – ПК-9.1).

Уметь:

- формировать положительный образ бренда (код компетенции – ПК-8, код индикатора – ПК-8.2);
- формулировать миссию и цели развития предприятий туризма (код компетенции – ПК-9, код индикатора – ПК-9.2).

Владеть:

- технологиями в освоении новых приемов и методов бренд-менеджмента в туристской отрасли (код компетенции – ПК-8, код индикатора – ПК-8.3);

– навыками выявления проблемы развития в индустрии туризма (код компетенции – ПК-9, код индикатора – ПК-9.3).

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Общий объем в академических часах	Объем контактной работы в академических часах						Объем самостоятельной работы в академических часах
				Лекционные занятия	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Клинические практические занятия	Консультации	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения										
2	ДЗ	3	108	-	24	-	-	0	0,25	83,75
Итого	ДЗ	3	108	-	24	-	-	0	0,25	83,75
Заочная форма обучения										
2	ДЗ	3	108	2	10	-	-	0	0,25	95,75
Итого	ДЗ	3	108	2	10	-	-	0	0,25	95,75

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы.

4.2 Содержание лекционных занятий

Очная форма обучения

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

Заочная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
2семестр	
1	Понятие «бренд», содержание и сущность
2	Бренд-менеджмент как вид управленческой деятельности.

4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
2 семестр	
1.	История брендинга. Основные характеристики бренда. Роль бренда в системе маркетинга
2.	Особенности брэндинга туристских территорий. Брендинг туристских территорий, как инструмент управления региональным развитием.
3.	Современные средства продвижения туристских территорий.
4.	Брендинг городов и особенности формирования.
5.	Индивидуальность бренда. Технологии рождения бренда. Имя, дизайн.
6.	Концепция позиционирования бренда. Конкурентные преимущества
7.	Маркетинговые исследования в бренд-менеджменте
8.	Лояльность бренду, потребительское поведение. Маркетинг событий – технология брендинга

Заочная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
2 семестр	
1.	История брендинга. Основные характеристики бренда. Роль бренда в системе маркетинга
2.	Особенности брэндинга туристских территорий. Брендинг туристских территорий, как инструмент управления региональным развитием.
3.	Современные средства продвижения туристских территорий.
4.	Брендинг городов и особенности формирования.

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

Очная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
2 семестр	
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

Заочная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
2 семестр	
1	Самостоятельное изучение тем, не вынесенных на лекционные занятия
2	Подготовка к практическим занятиям

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
3	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Очная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося		Максимальное количество баллов	
2 семестр			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение практических занятий	10
		Работа на практических занятиях	20
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение практических занятий	10
		Работа на практических занятиях	20
		Итого	30
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	40 (100*)	

* В случае отказа обучающегося от результатов текущего контроля успеваемости

Заочная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося		Максимальное количество баллов	
2 семестр			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение занятий	10
		Работа на практических занятиях	20
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение занятий	10
		Работа на практических занятиях	20
		Итого	30
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	40 (100*)	

* В случае отказа обучающегося от результатов текущего контроля успеваемости

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	Стобальная система оценивания	0 – 39	40 – 60	61 – 80
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Академическая система оценивания (зачет)	Не зачтено	Зачтено		

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется:

- Видеопроектор.
- Экран.
- IR пульты для экрана и видеопроектора.
- Ноутбук.

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Шпырня О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс] : учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. В. Шпырня. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 с. — 978-5-93926-323-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html>

2. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Саратов: Научная книга, 2012.— 106 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8216>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

3. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. — 199 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16475.html>

7.2 Дополнительная литература

1. Морозова Н.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов .5-е изд.,испр.и доп. М. : Академия, 2009 . 288с.

2. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной. 25 беспроигрышных идей [Электронный ресурс]/ Васильева Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 156 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5998>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. ЭБС IPRBooks универсальная базовая коллекция изданий. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>, по паролю. — Загл. с экрана.
2. Электронный читальный зал «БИБЛИОТЕХ» : учебники авторов ТулГУ по всем дисциплинам.- Режим доступа: <https://tsutula.bibliotech.ru/>, по паролю.- Загл. С экрана
3. Научная Электронная Библиотека eLibrary – библиотека электронной периодики, режим доступа: <http://elibrary.ru/> , по паролю.- Загл. с экрана.
4. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/> ,свободный.- Загл. с экрана.
5. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: портал [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://window.edu.ru.> - Загл. с экрана.
6. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
7. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>
8. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ratanews.ru

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
4. Классификатор ОКАТО;
5. Yandex (браузер);
6. STDU Viewer (программа для просмотра pdf).
7. Пакет офисных приложений «Мой офис».

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Компьютерная справочная правовая система Консультант Плюс.