

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Развитие территорий



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Разработка бренд-бука туристического предприятия Б1.В.ДВ.10

Направление подготовки: 43.03.02 - Туризм

Профиль подготовки: Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Эйдельман Б.М.

Рецензент(ы):

Зиновьева А.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Рубцов В. А.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: развитие территорий):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 948334718

Казань
2018

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Эйдельман Б.М. кафедра сервиса и туризма Институт управления, экономики и финансов , ВМЕjdelman@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины 'Разработка бренд-бука туристического предприятия' являются ознакомление студентов с принципами, функциональными задачами и стратегиями формирования региональных брендов, а также в обучении студентов принятию конкретных решений по применению данных технологий в сфере туризма.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.10 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 43.03.02 Туризм и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Данная дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части программы бакалавриата. Осваивается на 5 курсе (8 семестр).

Для успешного освоения данной дисциплины нужно освоение в качестве предшествующих следующих дисциплин: 'Основы туризма', 'Экономика', 'Контроль качества туристских услуг', 'Глобальные системы бронирования и резервирования',

'Туроперейтинг внутреннего туризма', 'Менеджмент в туриндустрии', 'Маркетинговые исследования туристского рынка'.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Шифр компетенции | Расшифровка приобретаемой компетенции |
|------------------|--|
| ок-4 | способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, уонфессиональные и культурные различия |
| ок-5 | способностью к самоорганизации и самообразованию |
| опк-1 | способностью решать задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта |
| опк-2 | способностью к разработке туристского продукта |
| пк-8 | готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме |
| пк-9 | готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов |

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- теоретические основы формирования туристского бренда,
- основные тенденции и направления развития бренд-маркетинга,
- особенности технологий разработки бренд-бука туристской фирмы.

2. должен уметь:

- оценивать роль и значение бренд-бука туристской фирмы в современных условиях;
- определять элементы бренд-бука;
- определять основные элементы фирменного стиля туристской фирмы.

3. должен владеть:

- навыками продвижения туристских брендов на рынок,
- приемами разработки туристских брендов;
- навыками создания бренд-бука туристской фирмы.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

Студент должен демонстрировать способность и готовность к разработке бренд-бука туристического предприятия с целью повышения эффективности его работы, выработке четкой концепции бренда туристической фирмы и его успешного продвижения на рынок.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|--|---------|--------------------|---|-------------------------|------------------------|---------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 1. | Тема 1. Тема 1.Общее понятие о туристском брендинге | 8 | 1-4 | 5 | 5 | 0 | |
| 2. | Тема 2. Тема 2.Бренд-маркетинг в индустрии туризма. | 8 | 5-6 | 5 | 5 | 0 | Контрольная работа |
| 3. | Тема 3. Тема 3.Разработка бренд-бука как одно из важных направлений деятельности бренд-маркетинга. | 8 | 7-9 | 5 | 6 | 0 | |

| N | Раздел Дисциплины/ Модуля | Семестр | Неделя семестра | Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах) | | | Текущие формы контроля |
|----|--|---------|-----------------|--|----------------------|---------------------|------------------------|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | |
| 4. | Тема 4. Тема 4.Основные элементы бренд-бука. | 8 | 10-12 | 5 | 6 | 0 | |
| 5. | Тема 5. Тема 5.Виды бренд-бука. | 8 | 13-15 | 5 | 6 | 0 | Контрольная работа |
| 6. | Тема 6. Тема 6.Цели и задачи, выполняемые бренд-буком в туризме. | 8 | 16-18 | 5 | 6 | 0 | |
| | Тема . Итоговая форма контроля | 8 | | 0 | 0 | 0 | Зачет |
| | Итого | | | 30 | 34 | 0 | |

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Тема 1.Общее понятие о туристском брендинге

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Определение понятий "бренд", "торговая марка", "товарный знак". Понятие брендинг? Особенности потребительского восприятия в брендинге Теория эволюции брендинга. Место и роль брендинга в индустрии туризма. Конструирование и продвижение туристских брендов в современных условиях как важный фактор повышения туристско-рекреационной привлекательности региона.

практическое занятие (5 часа(ов)):

Семинарское занятие со студентами по основным направлениям туристского брендинга:

- 1.потребительское восприятие брендинга; эволюция брендинга в современных условиях;
- 2.наиболее важные современные тенденции развития брендинга в разных странах мира.
- 3.Роль брендинга в индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 2. Тема 2.Бренд-маркетинг в индустрии туризма.

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Общее понятие о бренд-маркетинге. Структура комплекса бренд-маркетинга.

Функциональные задачи бренд-маркетинга.: аналитико-оценочные, стратегические, исполнительские (вспомогательные). Формирование бренда туристской фирмы и его роль в повышении эффективности ее работы как одна из важных задач бренд-маркетинга.

практическое занятие (5 часа(ов)):

Семинарское занятие со студентами по Бренд-маркетингу в индустрии туризма.: 1.Общее понятие о бренд-маркетинге. 2.Функциональные задачи бренд-маркетинга. 3.Содержание понятия бренд туристской фирмы. 4.Разработка и конструирование туристских брендов.

Тема 3. Тема 3.Разработка бренд-бука как одно из важных направлений деятельности бренд-маркетинга.

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Роль и значение бренд-бука в деятельности туристской фирмы. Бренд-бук как элемент позиционирования турфирмы и ее продвижения на рынок в современных условиях. 4D Модель формирования бренда туристской фирмы.Разработка бренд-бука как важный элемент туристического маркетинга и как средство продвижения туристских услуг на рынок.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Семинарское занятие со студентами по Бренд-маркетингу в индустрии туризма::

1.Функциональные задачи бренд-маркетинга.: 2.Месте и роль бренд-бука в системе бренд-иаркетинга. 3.Модель формирования бренда туристской фирмы. 4 Разработка бренд-бука за рубежом и в нашей стране.

Тема 4. Тема 4.Основные элементы бренд-бука.

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Особенности целевой аудитории туристских фирм. Разработка современной концепции бренда туристской фирмы и его продвижение на рынок туристических услуг.. Фирменный стиль туристской фирмы и его основные элементы: товарный знак, слоган, логотои, фирменные цвета , шрифты и т.д.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Семинарское занятие со студентами по основным элементам бренд-бука: 1.Целевая аудитория туристских фирм. 2.Концепция бренда туристской фирмы 3.Продвижение бренда туристской фирмы. 4.Фирменный стиль туристской фирмы: общее представление и содержание.

Тема 5. Тема 5.Виды бренд-бука.

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Факторы, влияющие на вид бренд-бука. Бренд-бук торговых компаний. Бренд-бук ресторанов. Бренд-бук крупных производителей. Бренд-бук туристских фирм в России и за рубежом. Архитектура бренд-бука. Примеры создания и использования бренд-бука в сфере туризма и гостеприимства в нашей стране и за рубежом.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Семинарское занятие со студентами по видам бренд-бука: 1.Архитектура бренд-бука. 2.Бренд-бук туристских фирм в России и за рубежом. 3.Бренд-бук торговых компаний. 4.Бренд-бук ресторанов.

Тема 6. Тема 6.Цели и задачи, выполняемые бренд-буком в туризме.

лекционное занятие (5 часа(ов)):

Четкое позиционирование бренда туристской фирмы. Правильное и эффективное использование фирменного стиля туристской фирмы. Создание единых стандартов фирменного стиля в компании. Повышение эффективности работы с турагентствами и конечными потребителями. Улучшение финансово-экономического состояния туристической фирмы, получаемое в результате функционирования туристских брендов.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Семинарское занятие со студентами по целям и задачам, выполняемым бренд-буком в туризме: 1.Позиционирование бренда туристской фирмы. 2.Создание единых стандартов фирменного стиля в туристической компании в современных условиях. 3.Повышение эффективности работы с конечными потребителями туристических услуг.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----------|---|----------------|------------------------|--|-------------------------------|--|
| 1. | Тема 1. Тема 1.Общее понятие о туристском брендинге | 8 | 1-4 | Подготовка к устному опросу | 8 | Устный опрос |
| 2. | Тема 2. Тема 2.Бренд-маркетинг в индустрии туризма. | 8 | 5-6 | подготовка к контрольной работе | 8 | контрольная работа |

| N | Раздел Дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Виды самостоятельной работы студентов | Трудоемкость (в часах) | Формы контроля самостоятельной работы |
|----|--|---------|-----------------|---------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|
| 3. | Тема 3. Тема 3.Разработка бренд-бука как одно из важных направлений деятельности бренд-маркетинга. | 8 | 7-9 | Подготовка к устному опросу | 7 | Устный опрос |
| 4. | Тема 4. Тема 4.Основные элементы бренд-бука. | 8 | 10-12 | Подготовка к устному опросу | 7 | Устный опрос |
| 5. | Тема 5. Тема 5.Виды бренд-бука. | 8 | 13-15 | подготовка к контрольной работе | 7 | контрольная работа |
| 6. | Тема 6. Тема 6.Цели и задачи, выполняемые бренд-буком в туризме. | 8 | 16-18 | Подготовка к устному опросу | 7 | Устный опрос |
| | Итого | | | | 44 | |

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В учебном процессе преподавания дисциплины 'Разработки бренд-бука' туристического предприятия! предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, тренинги, деловые игры). В рамках учебного курса предусмотрены встречи с руководителями гостиничных предприятий, руководителями государственных и общественных организаций в сфере гостиничного бизнеса, мастер-классы специалистов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Тема 1.Общее понятие о туристском брендинге

Устный опрос, примерные вопросы:

Примерные вопросы: 1.В чем заключается сущность понятия "туристский бренд"? 2.Каковы основные различия понятий "бренд", "торговая марка", "товарный знак"? 3.Каковы особенности потребительского восприятия в брендинге туризма? 4.Каково основное содержание теории эволюции брендинга?

Тема 2. Тема 2.Бренд-маркетинг в индустрии туризма.

контрольная работа , примерные вопросы:

Примерные вопросы к контрольной работе: 1.Что такое бренд-маркетинг? 2.В чем заключается специфика бренд-маркетинга по сравнению с товарным маркетингом? 3.Какова структура комплекса бренд-маркетинга?

Тема 3. Тема 3.Разработка бренд-бука как одно из важных направлений деятельности бренд-маркетинга.

Устный опрос, примерные вопросы:

Примерные вопросы: 1.Содержание понятия бренд-бук. 2.Каким образом бренд-бук способствует продвижению туристской фирмы на рынок? 3.Какова сущность 4D Модели формирования бренда туристской фирмы?

Тема 4. Тема 4.Основные элементы бренд-бука.

Устный опрос, примерные вопросы:

Примерные вопросы: 1. В чем заключается специфика аудитории туристских фирм? 2. Сущность концепции бренда туристской фирмы. 3. Роль и значение фирменного стиля в деятельности турфирмы. 4. Основные элементы фирменного стиля.

Тема 5. Виды бренд-бука.

контрольная работа, примерные вопросы:

Примерные вопросы к контрольной работе: 1. Факторы, влияющие на вид бренд-бука. 2. Бренд-бук торговых компаний. 3. Бренд-бук ресторанов. 4. Бренд-бук туристских фирм в России и за рубежом. 5. Архитектура бренд-бука.

Тема 6. Цели и задачи, выполняемые бренд-буком в туризме.

Устный опрос, примерные вопросы:

Примерные вопросы: 1. Позиционирование бренда туристской фирмы. 2. Эффективное использование фирменного стиля туристской фирмы. 3. Создание единых стандартов фирменного стиля в индустрии туризма.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

. Вопросы к зачету.

1. Проблемы и перспективы использования брендинга в туризме.
2. Цели и принципы туристского брендинга.
3. Теория эволюции брендинга.
4. Бренд-маркетинг.
5. Структура комплекса бренд-маркетинга.
6. Функциональные задачи бренд-маркетинга.
7. Цели и принципы бренд-маркетинга.
8. Содержание понятия бренд-бук.
9. Роль и значение бренд-бука в деятельности туристской фирмы.
10. 4D Модель формирования бренда туристской фирмы.
11. Целевая аудитория туристских фирм.
12. Концепция бренда туристской фирмы.
13. Фирменный стиль туристской фирмы и его основные элементы.
14. Факторы, влияющие на вид бренд-бука.
15. Бренд-бук торговых компаний
16. Бренд-бук ресторанов.
17. Бренд-бук туристских фирм в России и за рубежом.
18. Архитектура бренд-бука.
19. Формирование бренда туристской фирмы как одна из задач бренд-маркетинга.
20. Цели и задачи, выполняемые бренд-буком в туризме.

7.1. Основная литература:

1. Годин А. М. Брендинг: Учебное пособие / А.М. Годин. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 184 с.: 60x84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-01149-8, 1500 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=>
2. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич-рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2012. - 324 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-00792-7, 2000 экз.//
3. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. ? М.: Аспект Пресс, 2012. ?159 с. ? (Серия "Учебник нового поколения"). // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6040&ln=>

329358

4. Зотов В.В. Бренд-решения: учебное пособие / В.В. Зотов. - М.: Изд. центр ЕАОИ. 2011. - 80 с. // http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6123&ln=ru&search_query

7.2. Дополнительная литература:

1. Бацун Н. В. Менеджмент в рекламе: Учебное пособие / Н.В. Бацун; Иркутский государственный технический университет. - М.: ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2010. - 175 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-369-00601-6, 2000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=186094>
2. Поляков В. А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>
3. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы: Учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. ? 14-е изд., перераб. и доп. ? М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К', 2012. ? 540 с. //
4. Антипов К. В. Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. ? 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2012. ? 328 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html>

7.3. Интернет-ресурсы:

Маркетинг в туризме - - fb.ru?article/37489/marketing-v-turizme

Маркетинг в туризме - npark.ru?marketing-v-turizme.html

Маркетинг в туризме | VeraType - vegatour.org?kategoriya-knig/marketing-v-turizme

Суть и содержание маркетинга в туризме - turbizorg.ru?sut?soderzhanie-marketinga-v-turizme/

Сущность и особенности маркетинга в туризме - tourlib.net?books_tourism/kvartalnov_tourism13.htm

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Разработка бренд-бука туристического предприятия" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Освоение дисциплины "Разработка бренд-бука туристического предприятия" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Принтер и ксерокс для создания раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория, вместимостью 50 человек.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 43.03.02 "Туризм" и профилю подготовки Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг .

Автор(ы):

Эйдельман Б.М. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Зиновьева А.А. _____

"__" _____ 201__ г.