

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Конкурентоспособность территорий на туристском рынке

---

### Авторы:

Быковников Илья Леонидович, ст. преподаватель

### Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Стратегическое развитие туризма»

### Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

### Форма обучения: очная

### Цель освоения дисциплины:

Сформировать способность разрабатывать перспективный план развития системы процессного управления организации

### План курса:

#### Тема 1. Понятие и структура туристского потенциала территории.

Индустриальный и постиндустриальный подход к оценке развития территорий. Структурная модель туристского комплекса территорий. Туристский потенциал территорий. Цепочка ценностей туристской дестинации. Цели маркетинга территорий. Территория как самостоятельный проект и продукт туристской индустрии. Модели конкурентоспособности дестинации. Комплекс маркетинговых коммуникаций туристской дестинации. «Pull» и «Push» факторы в маркетинге территорий.

#### Тема 2. Жизненный цикл развития туристских дестинаций.

Экономические и социальные факторы развития туристских территорий. Психографическая модель поведения потребителей в туризме (аллоцентрики и психоцентрики). «Идеальная модель» жизненного цикла дестинации. Модели управления развитием туристских территорий. Сценарии развития туристских дестинаций. Динамика качества жизни и развития территорий в русле развития туризма.

#### Тема 3. Методология исследования потенциала туристских территорий.

Формирование программы исследования и оценки туристского потенциала территорий. Диагностика и мониторинг туристской привлекательности территорий. Количественные и качественные оценки развития туризма, расчеты и аналитика. PEST и SWOT анализ в оценке потенциала территорий. Прогноз динамики туристских потоков. Ёмкость регионального туристского рынка. Методики измерения удовлетворенности туристов путешествием (CSQ). Методика оценки эстетической привлекательности ландшафтов. Оценка потенциала новых видов туризма.

#### Тема 4. Города как дестинации туризма.

Концепция городской идентичности в развитии городского бренда. Роль туризма в развитии городской среды и культуры. Внутренний маркетинг: продвижение образа города в местном сообществе. Концепция «доброжелательного города». Города-бренды международного туризма. Управление городскими пространствами, инфраструктурой гостеприимства. Информационная политика города – туристской дестинации. Городские праздники и уникальные события в

структуре городского бренда. Инвестиции в городской бренд, потенциал и риски муниципального управления туризмом.

### **Тема 5. Региональные программы развития туризма.**

Модели государственного регулирования развития туризма. Концепция, структура и технологии региональной программы развития туризма. Экспертиза проекта региональной программы развития туризма. Принятие и реализация региональной туристской программы. Оценка эффективности и результаты реализации программ развития туризма. Кризисное управление туристскими территориями. Частно-государственное партнерство развития туристских территорий. Организация работы туристско-информационного центра, туристского портала региона, комплексное продвижение дестинаций в электронной среде. Событийный маркетинг в продвижении туристских территорий. Роль туристских выставок регионального, национального и международного уровня в развитии туризма региона.

### **Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

В ходе реализации дисциплины «Конкурентоспособность территорий на туристском рынке» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема	Методы текущего контроля
Понятие и структура туристского потенциала территории	Доклад, обсуждение
Жизненный цикл развития туристских дестинаций	Доклад, обсуждение
Методология исследования потенциала туристских территорий	тестирование
Города как дестинации туризма	реферат
Региональные программы развития туризма	тестирование

### **Зачет в виде письменной работы с разбором типовых ситуаций.**

#### **Основная литература**

1. *Логунцова, И. В.* Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09402-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/445033>
2. *Джанджугазова, Е. А.* Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10551-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430801>
3. Региональное управление и территориальное планирование в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. Н. Шедько [и др.] ; под редакцией Ю. Н. Шедько. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 205 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04763-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441169>.