

АННОТАЦИЯ Б1.В.ДВ.14.02 «УПРАВЛЕНИЕ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННЫМ КОМПЛЕКСОМ»

Объем трудоемкости для студентов ОФО: 2 зачетных единиц (72 часа, из них – 38,2 контактных часов: лекционных 18 часов, практических 18 часов; ИКР - 0,2 часа; 33,8 часов самостоятельной работы)

Целью освоения дисциплины «Управление курортно-рекреационным комплексом» является формирование углубленных знаний об основных видах международного и российского туризма, способности выявлять основные тенденции их развития и внедрять их в современную практику управления территориями.

1.2 Задачи дисциплины.

- обеспечить студентам возможность усвоить основные понятия в области маркетинга;
- изучить методы выявления, формирования и удовлетворения потребностей клиентов территории;
- дать знания по организации проведения маркетинговых исследований: сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации;
- дать знания по разработке и внедрению комплекса маркетинга, в т.ч. интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- умения и навыки использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.02 «Управление курортно-рекреационным комплексом» относится к вариативной части учебного плана направления подготовки 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление, профиль «Управление государственной и муниципальной собственностью». В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении следующих учебных дисциплин: Б1.В.ДВ.01.01 «Основы маркетинга» и Б1.В.05 «Стратегическое управление», Б1.В.ДВ.03.01 «Территориальный маркетинг».

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин, как Б1.В.16 «Инновации в государственном и муниципальном управлении», Б1.В.ДВ.14.01 «Управление инвестиционным развитием».

Требования к уровню освоения дисциплины:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-12	способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ	современные подходы к развитию территорий, существующих в управленческой науке и практике	использовать современные методы для разработки программ развития в практической деятельности	навыками применения своих профессиональных знаний и навыков для оценки конкурентной среды территории, формирования и разработки

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
					социально-экономическими проектами (программ развития)
	ПК-19	способностью эффективно участвовать в групповой работе на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды	принципы целеполагания, виды и методы планирования участия в групповой работе	применять современные социальные технологии для реализации управленческих процессов в обществе и его различных подсистемах	основными методами управления человеческими ресурсами в процессе групповой работы

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа/КСР
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Маркетинг как инструмент развития туристической территории	15	4	3		7
2	Маркетинговые исследования в сфере туризма	15	4	4		7
–	Управление имиджем туристской территории	13	3	3		7
4	Сегментация и позиционирование территории	14	3	4		7
5	Продвижение имиджа туристской территории	16,8	4	4		7,8
6	КСР	2				
7	ИКР	0,2				
	Итого:	72	18	18	-	33,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации: *зачет*

Основная литература:

- Илясова Е.В. Территориальный маркетинг: учеб. пособие / Е.В. Илясова. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2017. – 128 с. – 500 экз.
- Арженовский И.В. Маркетинг регионов: учебное пособие / И.В. Арженовский. – М. : Юнити-Дана, 2015. – 135 с. : табл., граф., ил, схемы - Библиогр.: с. 117-119. - ISBN

978-5-238-02219-2; То же [Электронный ресурс]. - URL:
[//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114711](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114711)

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

Автор (ы) РПД _____ Е.В. Илясова, к.э.н., доц.