

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

А.А.Варвашеня
30.08.2024

ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

к зачёту по учебной дисциплине

«Организация и брендинг туристических дестинаций»

для студентов 4 курса (7 семестр) дневной формы

получения образования

по специальности

1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» на 2024/2025 учебный год

1. Маркетинг как концепция управления туристическими дестинациями.
2. Понятие об имидже и бренде дестинации. Определения имиджа, бренда, имиджа бренда туристической дестинации.
3. Факторы, влияющие на формирование имиджа бренда туристической дестинации.
4. Виды территориального имиджа по Ф. Котлеру.
5. Факторы, влияющие на формирование имиджа дестинации. Представления, формирующие имидж туристической дестинации.
6. Маркетинговые методы исследований имиджа туристической дестинации. Методы сбора маркетинговой информации при исследовании имиджа туристических дестинаций.
7. Качественные методы в маркетинговых исследованиях имиджа туристических дестинаций.
8. Количественные методы маркетинговых исследований имиджа туристических дестинаций.
9. Применение контент-анализа в маркетинговых исследованиях имиджа туристических дестинаций.
10. Применение методов интервьюирования и анкетирования в маркетинговых исследованиях имиджа туристических дестинаций.
11. Проективные методы в маркетинговых исследованиях имиджа туристических дестинаций.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента туризма и гостеприимства
Протокол № 1 от 30.08.2024 г.