1.	Наименование дисциплины	Бренд-менеджмент
2.	Содержание дисциплины	Бренд-менеджмент в современных условиях. Бренд-менеджмент в туризме. Маркетинг туристических дестинаций.
3.	Формируемые компетенции	Владеть методологией создания и практическими навыками управления брендами в туризме, разрабатывать бренд-стратегии стран.
4.	Результаты обучения (знать, уметь, иметь навык)	***знать:*** сущность, основные концепции, модели и инструменты брендинга; элементы бренда, основные типы портфелей брендов и принципы их управления; нормативные правовые акты, регламентирующие создание и продвижение торговой марки; особенности управления брендами туристических дестинаций; ***уметь:*** планировать и организовывать деятельность по брендингу в туризме; разрабатывать концепции позиционирования брендов и торговых марок; моделировать бренд-имидж и фирменный стиль организации / товара; разрабатывать, планировать кампании по продвижению брендов туристических дестинаций; ***иметь навык:*** принципов и технологий создания брендов; технологий и инструментов моделирования бренд-имиджа; разработки и проведения рекламных и PR-кампаний по продвижению брендов туристических дестинаций; ключевых методов управления брендом.
5.	Семестр обучения, специальность	3, специальность 6-05-1013-01 «Туризм и гостеприимство»
6.	Пререквизиты	Содержание учебной дисциплины «Бренд-менеджмент в туризме» имеет тесные междисциплинарные связи с такими учебными дисциплинами как «Менеджмент в туристической индустрии» и «Туристическое страноведение».
7.	Трудоемкость в зачетных единицах	3
8.	Количество аудиторных часов	Общее количество часов, отводимое на изучение учебной дисциплины, – 120. Распределение аудиторного времени (72 часа) для студентов дневной формы получения высшего образования: лекции – 40 часов, практические занятия – 18 часов, семинарские занятия – 14 часов. Распределение аудиторного времени (18 часов) для студентов заочной формы получения высшего образования: лекции – 10 часов, практические занятия – 4 часа, семинарские занятия – 4 часа.
9.	Требования к текущей и промежуточной аттестации	Учебным планом специальности в качестве форм промежуточной аттестации студентов по учебной дисциплине «Бренд-менеджмент в туризме»

		предусмотрен экзамен (заочная и дневная формы получения образования). Результаты промежуточной аттестации студентов в форме зачета оцениваются отметками «зачтено», «не зачтено». Положительной является отметка «зачтено», отметка «не зачтено» является неудовлетворительной. При оценке знаний студентов отметками в баллах по десятибалльной шкале учитываются оценки результатов текущей аттестации студентов. Положительными являются отметки не ниже 4 (четырёх) баллов. Отметки 1 (один), 2 (два), 3 (три) являются неудовлетворительными. Формы промежуточной аттестации студентов – экзамен (3-й семестр для дневной формы и 8-й сесместр для заочной).

1.	Name of the discipline	Brand management
2.	Contents of the discipline	Brand management in modern conditions. Brand management in tourism. Marketing of tourist destinations.
3.	Formed competencies	Possess the methodology for creating and practical skills in managing brands in tourism, develop brand strategies for countries.
4.	Learning outcomes (know, be able, have a skill)	**know:** essence, basic concepts, models and tools of branding; brand elements, main types of brand portfolios and principles of their management; regulatory legal acts regulating the creation and promotion of a trademark; features of managing brands of tourist destinations; **be able to:** plan and organize tourism branding activities; develop concepts for positioning brands and brands; model the brand image and corporate style of the organization/product; develop and plan campaigns to promote brands of tourist destinations; **have the skill:** principles and technologies for creating brands; technologies and tools for brand image modeling; development and implementation of advertising and PR campaigns to promote brands of tourist destinations; key brand management methods.
5.	Semester of study, speciality	3, specialty 6-05-1013-01 “Tourism and Hospitality”
6.	Prerequisites	The content of the academic discipline “Brand Management in Tourism” has close interdisciplinary connections with such academic disciplines as “Management in the Tourism Industry” and “Tourism Regional Studies”.
7.	Labor intensity in credit units	3
8.	Number of classroom hours	The total number of hours allocated to studying the academic discipline is 120. Distribution of classroom time (72 hours) for full-time students of higher education: lectures - 40 hours, practical classes - 18 hours, seminars - 14 hours. Distribution of classroom time (18 hours) for correspondence students of higher education: lectures - 10 hours, practical classes - 4 hours, seminars - 4 hours.
9.	Requirements for current and intermediate certification	The curriculum of the specialty provides for an exam (correspondence and full-time forms of education) as forms of intermediate certification of students in the academic discipline “Brand Management in Tourism”. The results of the intermediate certification of students in the form of a test are assessed with the marks “passed” and “fail”. The mark “passed” is positive; the mark “failed” is unsatisfactory. When assessing students' knowledge with marks on a ten-point scale, assessments of the results of the current certification of students are taken into account.

		Marks of at least 4 (four) points are positive. Marks 1 (one), 2 (two), 3 (three) are unsatisfactory. Forms of intermediate certification of students - exam (3rd semester for full-time and 8th semester for part-time).