

**Аннотация**  
**к программе курсов повышения квалификации**  
**«Маркетинг дестинаций»**

**1. Цели и задачи курсов**

Курсы повышения квалификации по направлению «Маркетинг дестинаций» предназначены для подготовки специалистов, сферой профессиональной деятельности которых является развитие культурного наследия региона, повышения уровня образования жителей субъекта федерации, а также стимулирования внутреннего туризма и повышения инвестиционной привлекательности региона.

Конъюнктура туристского рынка тесно связана с общей экономической ситуацией как принимающих, так и направляющих регионов. Современная сложившаяся ситуация в экономике стран свидетельствует о том, что вслед за корректировками индексов деловой активности неизбежно последует изменение показателей работы предприятий индустрии сервиса, туризма, гостиничного бизнеса, общественного питания, развлечений, торговли.

По мере обострения конкуренции, роста издержек, ухудшения качества услуг все большее число регионов проявляют интерес к маркетингу дестинации. Маркетинг вносит свой вклад, требуя более системного подхода.

Правительство регионов, администрация муниципалитетов, районов, поселков обращая более пристальное внимание на развитие данного направления маркетинга смогут решить целый ряд задач:

- Развитие внутреннего туризма и как следствие – получение дополнительных источников доходов бюджета;
- Развитие сопутствующих отраслей: гостиничный бизнес, индустрия питания, индустрия развлечений, спорт-индустрия;
- С ростом доходов всех вовлеченных в процесс отраслей будет увеличиваться налогооблагаемая база, а соответственно обязательные платежи в казну также вырастут;

- Создание благоприятного имиджа региона, его близость к столице позволят привлечь дополнительные инвестиционные ресурсы;

**Миссия:** Привлечение на территорию дестинации общегосударственных и иных внешних по отношению к территории заказов; расширение участия территории и её субъектов в реализации международных, федеральных, региональных программ; стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за её пределами к её выгоде и в её интересах; повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней, но нужных её ресурсов.

**Целью** курсов является повышение квалификации специалистов, профессиональная деятельность которых направлена на создание благоприятного имиджа региона, повышение его инвестиционной привлекательности, а также сохранение и развитие культурного наследия, исторической памяти и повышение патриотизма граждан.

**Задача** курсов: формирование у слушателей практических навыков в области маркетинга дестинации, использования современного маркетингового инструментария и средств коммуникации для построения эффективной системы продвижения бренда региона, повышения его экономической и туристской привлекательности, что особенно актуально в период снижения темпов роста международного туризма и переориентации его на внутренний рынок.

## **2. Требования к результатам освоения курсов**

В результате изучения курсов слушатель должен:

*знать:*

- Концептуальные подходы к определению понятия «Маркетинг дестинации»;
- Принципы построения маркетинговых коммуникаций и создания бренда региона;

- Особенности формирования взаимоотношений в сфере маркетинга дестинации;
- Способы и методики донесения информации до конечного потребителя в минимальные сроки и при минимальных финансовых затратах.

*уметь:*

- Строить модель имиджа дестинации и процесс позиционирования;
- Определять приоритетные направления развития региональной политики в области формирования позитивного бренда территории;

*владеть:*

- Знаниями в области нормативно-правового регулирования маркетинговой деятельности, направленной на повышение узнаваемости региона;
- маркетинговым инструментарием оценки внутренней и внешней среды региона;
- современными коммуникационными технологиями продвижения в различных сферах, сопряженных маркетингу дестинации;
- Технологиями организации выставочной деятельности как внутри региона, так и за его пределами;
- Сегментационными подходами в определении целевых рынков;