

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
43.03.03 Гостиничное дело,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Имидж гостинично-ресторанного-предприятия

Направление подготовки: 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль): Управление гостиничным бизнесом

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 3068
Подписал: заведующий кафедрой Ступникова Елена
Анатольевна
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины «Имидж гостинично-ресторанного предприятия» является освоение основных элементов формирования имиджа, правил построения положительного имиджа гостиничных и ресторанных предприятий, а также особенностей и технологии разработки имиджа гостиничных и ресторанных предприятий.

Задачами освоения дисциплины «Имидж гостинично-ресторанного предприятия» являются:

изучение различных подходов к определению понятия «имидж»;
выявление проблем и особенностей формирования имиджа в гостиничном и ресторанном предприятии,
изучение основных элементов имиджа
определение условий и факторов, влияющих на создание внутреннего и внешнего образа.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ПК-1 - Способен осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства и общественного питания ;

ПК-7 - Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий .

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

современные технологии формирования имиджа гостинично-ресторанного предприятия; клиентоориентированные технологии и основные процессы оказания услуг.

Уметь:

определять условия и факторы, влияющие на создание внутреннего и внешнего образа гостинично-ресторанного предприятия.

Владеть:

навыками построения положительного имиджа гостинично-ресторанных предприятий, соответствующего требованиям потребителей.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов		
	Всего	Семестр	
		№11	№12
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	12	12	0
В том числе:			
Занятия лекционного типа	4	4	0
Занятия семинарского типа	8	8	0

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 96 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Тема 1. Определение понятия имидж. Теоретические аспекты и основы. Особенности имиджа в отрасли. Цели и задачи дисциплины. Понятие имиджа, его задачи, функции и структура. Основные этапы и средства формирования имиджа. Виды и составляющие элементы. Специфика построения имиджа в гостинично-ресторанном бизнесе. Общность элементов формирования.
2	Тема 2. Прикладные аспекты формирования имиджа ресторано-гостиничного комплекса. Методы формирования имиджа гостинично-ресторанного предприятия инструментами рекламы и PR. Анализ методов PR используемых в ресторано-гостиничных комплексах.
3	Тема 3. Имидж конкурентоспособного предприятия. Фирменный стиль. Имидж международных гостиничных цепей. Анализ имиджа отеля и ресторана: основные элементы анализа. Особенности формирования фирменного стиля гостинично-ресторанного предприятия. Специфика элементов фирменного стиля. Роль архитектуры и дизайна.
4	Тема 4. Инновационная составляющая имиджа предприятия гостеприимства. Внедрение новых технологий. Маркетинговые и ресурсные инновации. Совершенствование системы управления гостинично-ресторанным предприятием.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Определение понятия имидж. Теоретические аспекты и основы. Особенности имиджа в отрасли. Разъяснение требований к выполнению домашних индивидуальных или групповых заданий. Обсуждение требований к выполнению презентаций и их защиты. Выдача и распределение заданий на следующее практическое занятие. Коллективное обсуждение (групповая дискуссия) первой вводной (установочной) лекции. Практическое занятие по сравнению терминов «имидж» и «репутация».
2	Прикладные аспекты формирования имиджа ресторано-гостиничного комплекса. Заслушивание и обсуждение докладов с презентациями. Практическое занятие по анализу методов PR используемых в ресторано-гостиничных комплексах.
3	Имидж конкурентоспособного предприятия. Коллективное обсуждение (групповая дискуссия) материалов лекции по данной теме. Ответы на вопросы по лекции. Практическое занятие по выявлению особенностей имиджа международных гостиничных цепей. Обсуждение данных концепций.
4	Фирменный стиль. Заслушивание докладов, объясняющих суть основных этапов разработки фирменного стиля. Групповое обсуждение по сопоставлению понятий «фирменный стиль» и «брендинг». Разбор элементов фирменного стиля различных предприятий.
5	Инновационная составляющая имиджа предприятия гостеприимства. Коллективное обсуждение (групповая дискуссия) материалов лекции по данной теме. Ответы на вопросы по лекции или тест по вопросам.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям по теме 1: работа с лекционным материалом по теме. работа с рекомендованной литературой; самостоятельный поиск и привлечение дополнительных источников. подготовка к групповой дискуссии. подготовка индивидуальных докладов по выбранным темам.
2	Подготовка к практическим занятиям по теме 2: работа с лекционным материалом по теме. работа с рекомендованной литературой; самостоятельный поиск и привлечение дополнительных источников. подготовка к групповой дискуссии. подготовка индивидуальных докладов по выбранным темам. Подготовка к тестированию или опросу.
3	Подготовка к практическим занятиям по теме 3: работа с лекционным материалом по теме. работа с рекомендованной литературой; самостоятельный поиск и привлечение дополнительных источников. подготовка к групповой дискуссии. подготовка индивидуальных докладов по выбранным темам.
4	Подготовка к практическим занятиям по теме 4: работа с лекционным материалом по теме. работа с рекомендованной литературой; самостоятельный поиск и привлечение дополнительных источников. подготовка к групповой дискуссии и тесту. подготовка индивидуальных докладов по выбранным темам.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Курачева М.Е. Имидж гостинично-ресторанного предприятия. Учебное пособие.	НТБ РУТ (МИИТ) – электронный ресурс.
2	Шарков Ф. И. Имидж фирмы: технологии управления: учебное пособие.	Лань : электронно-библиотечная система. URL: https://e.lanbook.com/book/132504
3	Макарова, Т. Л. Разработка фирменного стиля. Практикум: учебное пособие	Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/128095

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Информационный портал Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (www.elibrary.ru); Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://window.edu.ru>); Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>); «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>; Электронно-библиотечная система Лань - <https://e.lanbook.com>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Программное обеспечение не требуется.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения аудиторных занятий по дисциплине используется аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием: проектор, экран, персональный компьютер/ноутбук.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 12 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы

Старший преподаватель кафедры
«Сервис и туризм»

Курачева Марина
Евгеньевна

Лист согласования

Заведующий кафедрой ЭТИиУСБ
Председатель учебно-методической
комиссии

Е.А. Ступникова

М.В. Ишханян