

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

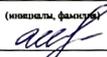
Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
Ответственный за образовательную
программу

доц., к. э. н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

С. В. Шепелева

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«27» июня 2024 г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

проф., д. ф. н., доц.

(должность, уч. степень, звание)



11.06.2024

(подпись, дата)

С. Н. Коробкова

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«11» июня 2024 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой № 62

д. э. н., проф.

(уч. степень, звание)



11.06.2024

(подпись, дата)

К. В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д. и. н., доц.

(должность, уч. степень, звание)



11.06.2024

(подпись, дата)

Л. Ю. Гусман

(инициалы, фамилия)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление имиджем и репутацией гостиничных предприятий»
(наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	43.03.03
Наименование направления подготовки/ специальности	Гостиничное дело
Наименование направленности	Организация гостиничных услуг
Форма обучения	очная
Год приема	2024

Аннотация

Дисциплина «Управление имиджем и репутацией гостиничных предприятий» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 43.03.03 «Гостиничное дело» направленности «Организация гостиничных услуг». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-3 «Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций в избранной профессиональной сфере»

ПК-4 «Способен проектировать объекты профессиональной деятельности»

ПК-5 «Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам сервиса»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением процессов позиционирования гостиничных предприятий, создания позитивной репутации, брендинга, технологий продвижения гостиничного продукта.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия (семинары), самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Цели преподавания дисциплины - выработать у студентов представление о сущности делового имиджа компании, как универсальной деятельности по проектированию репутационной политики, а также ознакомить обучающихся с современными технологиями и сформировать навыки использования коммуникационных средств для продвижения гостиничного продукта.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-3 Способен применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций в избранной профессиональной сфере	ПК-3.3.1 знать современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, спецификацию услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе современных технологий ПК-3.3.2 знать Законодательство Российской Федерации, регулирующее сферу бизнес-процессов, регламентов и стандартов гостиничного предприятия
Профессиональные компетенции	ПК-4 Способен проектировать объекты профессиональной деятельности	ПК-4.3.1 знать технологии процесса проектирования услуг и реализации проектов в организациях избранной сферы профессиональной деятельности, которые направлены на развитие организаций сферы гостеприимства и общественного питания ПК-4.В.1 владеть навыками проектирования и реализации проектов в организациях избранной сферы профессиональной деятельности по созданию концепции и бизнес-плана новых и дальнейшему развитию существующих организаций сферы гостеприимства и общественного питания
Профессиональные компетенции	ПК-5 Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия	ПК-5.3.2 знать методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур

	отраслевым стандартам сервиса	
--	----------------------------------	--

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Информационные технологии»,
- «Правоведение»,
- «Социальная психология»,
- «Сервисная деятельность»,
- «Профессиональная этика и этикет».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Управление проектами в индустрии гостеприимства»,
- «Бизнес-планирование в профессиональной деятельности».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№5
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	3/ 108	3/ 108
Из них часов практической подготовки	17	17
Аудиторные занятия, всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	54	54
Самостоятельная работа, всего (час)	20	20
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 5					
Тема 1. Имидж. Имиджелогия.	2	2			2

Самоимиджирование.					
Тема 2. От имиджа – к бренду: сущность репутационного менеджмента.	2	2			3
Тема 3. Корпоративный имидж. Корпоративная философия. Фирменный стиль.	4	3			3
Тема 4. Брендинг.	3	2			3
Тема 5. Управление репутацией.	2	2			3
Тема 6. Информационные технологии и интернет-ресурсы в управлении имиджем и репутацией гостиничного предприятия	2	4			3
Тема 7. Нормативно-правовая база обеспечения качества гостиничных услуг в РФ.	2	22			3
Итого в семестре:	17	17			20
Итого	17	17	0	0	20

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Тема 1. Имидж. Имиджелогия. Самоимиджирование. Виды имиджа. Имидж гостиничного предприятия, руководителя, сотрудника. Понятие профессионального имиджа. Построение профессионального имиджа. Принципы и технология построения профессионального имиджа. Имиджмейкинг. Стиль и профессия. Понятие о личном имидже. Самоимиджирование.
2	Тема 2. От имиджа – к бренду: сущность репутационного менеджмента. Определение понятий имидж и репутация. Имидж гостиничного предприятия: позиционирование, основные компоненты, их характеристика. Этапы формирования имиджа. Корпоративная репутация. Репутационный капитал. Репутация как неосязаемый имидж организации. Понятие и формирование репутационного пространства. Представление о репутационном статусе компании, его роли в создании благоприятных условия для деятельности. Условия формирования бренда.
	Тема 3. Корпоративный имидж. Корпоративная философия. Фирменный стиль. Корпоративный имидж и корпоративная философия гостиничного предприятия. Постановка цели создания позитивного имиджа и репутации средства размещения. Миссия и стратегия. Определения принципов деятельности гостиницы. Определение долгосрочных задач. Мастер-план создания позитивного корпоративного имиджа. Внешний имидж средства размещения. Элементы фирменного стиля. Бренд-бук.

	<p>Методы формирования внутреннего имиджа гостиницы. Качество услуг и товаров. Стандарты и правила оказания гостиничных услуг. Стиль обслуживания.</p> <p>Осязаемый имидж. Маркетинговые коммуникации и корпоративный имидж. Роль рекламы в позиционировании гостиничного предприятия.</p>
	<p>Тема 4. Брендинг.</p> <p>Понятие бренда и бренд-менеджмента. Идентификационный брендинг. Ко-брендинг. Ребрендинг. Аудиальный и сенсорный брендинг. Брендинг социально ответственного поведения. Брендинг актуальных проектов. Имиджевые кампании.</p>
	<p>Тема 5. Управление репутацией.</p> <p>Репутационные стратегии. Технологические приемы и методы формирования и управления деловой репутацией. Использование лидеров мнений в управлении репутацией. Имидж и персонификация, индивидуализация сервиса. Маркетинг событий как ресурс поддержки корпоративной репутации. Ответственность руководителя организации. Исследование и методы оценки репутации.</p>
	<p>Тема 6. Информационные технологии и интернет-ресурсы в управлении имиджем и репутацией гостиничного предприятия.</p> <p>Новостное производство. Организация мероприятий для СМИ. Сравнительный анализ сайта, портала и лендинга в продвижении гостиничного продукта и репутации. Подкасты как ресурс продвижения имиджа: формы, технологии, смысл. Лонгрид в формировании репутации организации: роль и преимущества. Механизм влияния на формирование имиджа «профессиональных» комментаторов в интернет-пространстве. Целевые почтовые рассылки: польза и вред для репутации гостиничного предприятия. Социальные сети: структура, методы продвижения имиджа гостиницы. Блоги и форумы как инструмент формирования репутации гостиничного продукта.</p>
	<p>Тема 7. Нормативно-правовая база обеспечения качества гостиничных услуг в РФ.</p> <p>Качество услуг как гарантия формирования положительного имиджа гостиничного предприятия. Качество как объект управления. Нормативная база обеспечения качества в РФ, регламенты и стандарты.</p>

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 5					
1.	Тема 1. Имидж. Имиджелогия. Самоимиджирование.	Дискуссия / Решение ситуационных и практических задач	4		1
2.	Тема 2. От имиджа – к бренду: сущность репутационного	Решение ситуационных / практических	2		2

	менеджмента.	задач			
3.	Тема 3. Корпоративный имидж. Корпоративная философия. Фирменный стиль.	Решение ситуационных / практических задач	2		3
4.	Тема 4. Брендинг.	Решение практических задач	2		4
5.	Тема 5. Управление репутацией.	семинар	2		5
6.	Тема 6. Информационные технологии и интернет-ресурсы в управлении имиджем и репутацией гостиничного предприятия	семинар	4		6
7.	Нормативно-правовая база обеспечения качества гостиничных услуг в РФ	Перевернутый класс	1		7
Всего			17		

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 5, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	5	5
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	5	5
Подготовка к промежуточной	10	10

аттестации (ПА)		
	Всего:	20 20

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий
Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.
Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
https://urait.ru/viewer/upravlenie-kachestvom-gostinichnogo-predpriyatiya-539412#page/177	<i>Кобяк, М. В.</i> Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 502 с.	
https://urait.ru/viewer/brend-menedzhment-branding-i-rabota-s-personalom-538743	<i>Тульчинский, Г. Л.</i> Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 255 с.	
https://urait.ru/viewer/imidzhmeyking-542098	<i>Семенова, Л. М.</i> Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 141 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://hotel.report/	Журнал «Современный отель»
https://prohotel.ru/	Портал «Про гостиничный бизнес»

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Не предусмотрено

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, переносной набор демонстрационного оборудования	Аудиторный фонд ГУАП
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, переносной набор демонстрационного оборудования	Аудиторный фонд ГУАП
3	Помещения для самостоятельной работы, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспеченные доступом в электронную информационно-образовательную среду ГУАП	Аудиторный фонд ГУАП
4	Аудитории общего пользования, предназначенные для проведения групповых и индивидуальных консультаций,	Аудиторный фонд ГУАП

текущего контроля и промежуточной аттестации	
--	--

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1.	Определения понятий «имидж», «репутация», «бренд»	ПК-3.3.1
2.	Виды имиджа.	ПК-3.3.2
3.	Имидж руководителя.	ПК-3.3.1
4.	Понятие профессионального имиджа, его значение и особенности.	ПК-3.3.1
5.	Технология создания профессионального имиджа.	ПК-4.3.1
6.	Позиционирование: понятие и способы оптимизации.	ПК-3.3.1
7.	Программа имиджевого продвижения гостиничного продукта.	ПК-4.В.1
8.	Понятие коммуникативного имиджа.	ПК-5.3.2
9.	Самопрезентация и самоимиджирование.	ПК-5.3.2
10.	Имидж и репутация гостиничного предприятия.	ПК-3.3.1
11.	Структура репутации гостиницы.	ПК-3.3.1
12.	Составляющие корпоративного имиджа.	ПК-3.3.1
13.	Корпоративная репутация гостиничных предприятий.	ПК-3.3.1
14.	Репутация: правовой, деловой, этический аспекты.	ПК-3.3.2
15.	Понятие репутационного статуса средства размещения.	ПК-3.3.1
16.	Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации.	ПК-4.3.1
17.	Философия предприятия гостеприимства.	ПК-3.3.1
18.	Внешний имидж гостиничного предприятия.	ПК-3.3.1
19.	Роль и регламенты рекламы в создании имиджа.	ПК-3.3.1 ПК-3.3.2
20.	Методы продвижения имиджа гостиничного предприятия.	ПК-4.В.1
21.	Фирменный стиль в гостеприимстве.	ПК-3.3.1
22.	Смысл PR в гостиничном деле: нормы и правила	ПК-3.3.1 ПК-3.3.2
23.	Внутренний имидж гостиницы.	ПК-3.3.1
24.	Параметры корпоративной репутации.	ПК-3.3.1
25.	Потребитель как эксперт оценки качества продуктов и оценки брендов.	ПК-5.3.2
26.	Интегрированные маркетинговые коммуникации в формировании репутации.	ПК-5.3.2
27.	Роль опросов экспертных групп в оценке репутации гостиницы.	ПК-5.3.2
28.	Роль средств массовой коммуникации в формировании репутации.	ПК-5.3.2
29.	Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией гостиницы.	ПК-5.3.2
30.	Интернет-коммуникации и их роль в управлении репутацией.	ПК-4.3.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения
-------	--

	курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1.	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какую технологическую новацию можно эффективно использовать для повышения уровня персонализации обслуживания в гостиничном бизнесе?</p> <p>А) Внедрение системы автоматической нумерации документов Б) Использование чат-ботов с искусственным интеллектом для общения с клиентами В) Применение бумажных анкет для сбора отзывов Г) Введение фиксированных стандартов обслуживания для всех клиентов</p> <p>Ключ: Б Обоснование: метод исключенного третьего. В отличие от фиксированных стандартов (ответ г), которые не учитывают индивидуальные потребности клиентов, или бумажных анкет (ответ В), которые устарели и менее эффективны для сбора данных, чат-боты обеспечивают современный и динамичный подход к обслуживанию. Система автоматической нумерации документов (ответ А) также важна, но не связана напрямую с повышением уровня персонализации обслуживания.</p>	ПК-3 ПК-3.3.1
2.	<p>Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие из следующих технологий могут способствовать улучшению клиентского обслуживания в гостиничном бизнесе? Выберите все верные ответы.</p> <p>А) Внедрение мобильного приложения для бронирования и управления услугами Б) Использование виртуальных туров для предварительного ознакомления с номерами В) Установка системы видеонаблюдения на территории отеля Г) Применение автоматизированных систем для управления запросами и жалобами клиентов Д) Использование бумажных каталогов для предоставления информации о гостиничных услугах</p> <p>Ключ: А Б В Г Обоснование: логическое рассуждение. Видеонаблюдение важно для безопасности, оно напрямую не связано с улучшением уровня клиентского обслуживания и персонализации (вариант В). Бумажные каталоги устарели и не обеспечивают оперативность и</p>	ПК-3.3.1

	удобство, которые могут предложить современные цифровые технологии, такие как мобильные приложения или интерактивные экраны (вариант Д).											
3.	<p>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.</p> <p>Соотнесите вид интернет-коммуникации с его описанием:</p> <table border="0"> <tr> <td>А) Электронная почта</td> <td>1) Мгновенный обмен короткими текстовыми сообщениями между пользователями.</td> </tr> <tr> <td>Б) Форумы</td> <td>2) Открытая онлайн-платформа для обсуждения, где пользователи могут создавать темы и отвечать на сообщения других.</td> </tr> <tr> <td>В) Видеоконференции</td> <td>3) Асинхронное обмен сообщениями, в котором сообщения отправляются и получаются в разное время.</td> </tr> <tr> <td>Г) Социальные сети</td> <td>4) Платформы, где пользователи могут делиться личными обновлениями, фотографиями и взаимодействовать с контентом других пользователей.</td> </tr> <tr> <td>Д) Социальные сети</td> <td>5) Интерактивная форма коммуникации с использованием видео и аудио в реальном времени.</td> </tr> </table> <p>Ключ: А - 3 Б - 2 В - 5 Г - 4 Д - 1</p>	А) Электронная почта	1) Мгновенный обмен короткими текстовыми сообщениями между пользователями.	Б) Форумы	2) Открытая онлайн-платформа для обсуждения, где пользователи могут создавать темы и отвечать на сообщения других.	В) Видеоконференции	3) Асинхронное обмен сообщениями, в котором сообщения отправляются и получаются в разное время.	Г) Социальные сети	4) Платформы, где пользователи могут делиться личными обновлениями, фотографиями и взаимодействовать с контентом других пользователей.	Д) Социальные сети	5) Интерактивная форма коммуникации с использованием видео и аудио в реальном времени.	ПК-3.3.1
А) Электронная почта	1) Мгновенный обмен короткими текстовыми сообщениями между пользователями.											
Б) Форумы	2) Открытая онлайн-платформа для обсуждения, где пользователи могут создавать темы и отвечать на сообщения других.											
В) Видеоконференции	3) Асинхронное обмен сообщениями, в котором сообщения отправляются и получаются в разное время.											
Г) Социальные сети	4) Платформы, где пользователи могут делиться личными обновлениями, фотографиями и взаимодействовать с контентом других пользователей.											
Д) Социальные сети	5) Интерактивная форма коммуникации с использованием видео и аудио в реальном времени.											
4.	<p>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.</p> <p>Расположите этапы создания и внедрения нормативных актов в сфере гостеприимства в Российской Федерации в правильной последовательности:</p> <p>А. Подготовка проекта нормативного акта. Б. Обсуждение и доработка проекта нормативного акта с участием заинтересованных сторон. В. Внесение проекта на рассмотрение в законодательный орган. Г. Принятие и утверждение нормативного акта. Д. Официальное опубликование и вступление нормативного акта в силу.</p> <p>Ключ: А Б В Г Д</p>	ПК-3.3.2										
5.	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:</p> <p>Как законодательство Российской Федерации регулирует права и обязанности участников сферы гостеприимства, и какие ключевые нормативные акты определяют эти отношения?</p> <p>Ключ: Законодательство Российской Федерации в сфере гостеприимства регулирует права и обязанности как гостиниц и иных средств размещения, так и их клиентов, обеспечивая баланс</p>	ПК-3.3.2										

	<p>интересов сторон. Основным нормативным актом является Федеральный закон "О защите прав потребителей", который устанавливает обязательные требования к качеству предоставляемых услуг, ответственности исполнителей и правам клиентов. Важную роль также играет Гражданский кодекс РФ, который регулирует договорные отношения, включая условия бронирования и предоставления услуг. Кроме того, санитарные нормы и правила, утверждаемые Роспотребнадзором, обеспечивают соблюдение стандартов безопасности и комфорта для гостей. Эти акты создают правовую основу для обеспечения высокого уровня обслуживания и защиты интересов всех участников рынка гостеприимства.</p>	
6.	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой из перечисленных методов наиболее эффективно способствует созданию положительного имиджа и репутации гостиницы при проектировании и реализации новых услуг?</p> <p>А) Применение стандартного набора услуг без учета специфики целевой аудитории Б) Разработка и внедрение программы лояльности для постоянных клиентов В) Минимизация расходов за счет сокращения дополнительных услуг Г) Увеличение числа стандартных номеров без изменения качества обслуживания</p> <p>Ключ: Б Обоснование: В отличие от других предложенных вариантов, которые могут привести к снижению качества обслуживания или игнорированию потребностей клиентов, программы лояльности создают долгосрочные ценности как для клиентов, так и для самой гостиницы. Программа лояльности стимулирует клиентов возвращаться в отель, предоставляя им особые привилегии и бонусы, что повышает их удовлетворенность и приверженность бренду. Постоянные клиенты становятся амбассадорами бренда.</p>	ПК-4 ПК-4.3.1
7.	<p>Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие из перечисленных действий могут положительно повлиять на имидж и репутацию гостиницы при разработке и реализации новых услуг?</p> <p>А) Внедрение персонализированных услуг для различных категорий гостей Б) Создание системы управления качеством обслуживания с регулярной оценкой удовлетворенности клиентов В) Увеличение количества номеров при сокращении площади общественных зон Г) Проведение мероприятий по устойчивому развитию и экологии, таких как отказ от пластиковых изделий Д) Сокращение времени на обслуживание гостей за счет</p>	ПК-4.3.1

	<p>уменьшения числа сотрудников Ключ: А Б Г Обоснование: метод исключенного третьего. Вариант В - может снизиться качество общего пространства и удобства для гостей, что негативно скажется на их восприятии и репутации гостиницы. Уменьшение числа сотрудников (вариант Д) может привести к ухудшению качества обслуживания, что негативно отразится на удовлетворенности гостей и имидже гостиницы.</p>			
8.	<p>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Соотнесите технологии и их влияние на имидж и репутацию гостиницы:</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>А) Внедрение системы CRM для управления отношениями с клиентами</p> <p>Б) Разработка уникальных предложений и услуг для гостей</p> <p>В) Использование отзывов и рейтингов для улучшения сервиса</p> <p>Г) Инвестирование в модернизацию внутренних интерьеров и инфраструктуры</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>1) Повышение прозрачности процессов и улучшение качества обслуживания</p> <p>2) Увеличение лояльности клиентов и создание конкурентных преимуществ</p> <p>3) Адаптация услуг под индивидуальные потребности клиентов и привлечение новых гостей</p> <p>4) Обеспечение актуальности и современности предложений, поддержание высоких стандартов</p> </td> </tr> </table> <p>Ключ: А-1, Б-2, В-3, Г-4.</p>	<p>А) Внедрение системы CRM для управления отношениями с клиентами</p> <p>Б) Разработка уникальных предложений и услуг для гостей</p> <p>В) Использование отзывов и рейтингов для улучшения сервиса</p> <p>Г) Инвестирование в модернизацию внутренних интерьеров и инфраструктуры</p>	<p>1) Повышение прозрачности процессов и улучшение качества обслуживания</p> <p>2) Увеличение лояльности клиентов и создание конкурентных преимуществ</p> <p>3) Адаптация услуг под индивидуальные потребности клиентов и привлечение новых гостей</p> <p>4) Обеспечение актуальности и современности предложений, поддержание высоких стандартов</p>	ПК-4.3.1
<p>А) Внедрение системы CRM для управления отношениями с клиентами</p> <p>Б) Разработка уникальных предложений и услуг для гостей</p> <p>В) Использование отзывов и рейтингов для улучшения сервиса</p> <p>Г) Инвестирование в модернизацию внутренних интерьеров и инфраструктуры</p>	<p>1) Повышение прозрачности процессов и улучшение качества обслуживания</p> <p>2) Увеличение лояльности клиентов и создание конкурентных преимуществ</p> <p>3) Адаптация услуг под индивидуальные потребности клиентов и привлечение новых гостей</p> <p>4) Обеспечение актуальности и современности предложений, поддержание высоких стандартов</p>			
9.	<p>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо. Расположите этапы формирования имиджа в правильной последовательности:</p> <p>А. Исследование текущего состояния имиджа. Б. Определение ключевых характеристик и ценностей. В. Реализация стратегии через коммуникационные каналы. Г. Оценка восприятия целевой аудиторией. Д. Корректировка и адаптация стратегии в зависимости от обратной связи.</p> <p>Ключ: А Б В Г Д</p>	ПК-4.3.1		
10.	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ: Обозначьте, какие ключевые элементы Вы будете учитывать при разработке концепции и бизнес-плана для нового проекта в сфере гостеприимства, и как эти элементы могут способствовать созданию успешной стратегии развития, улучшению имиджа и репутации организации?</p> <p>Ключ:</p>	ПК-4.В.1		

	<p>Во-первых, необходимо провести детальный анализ целевой аудитории и рынка, чтобы понять потребности и предпочтения потенциальных клиентов. Во-вторых, разработка уникального торгового предложения и концепции услуг, которые будут выделяться на фоне конкурентов. В-третьих, следует включить в бизнес-план стратегию маркетинга и продвижения, чтобы эффективно донести уникальные преимущества проекта до целевой аудитории. В-четвертых, финансовое планирование должно учитывать все возможные расходы и доходы, чтобы обеспечить устойчивость и рентабельность проекта. В-пятых, важно разработать план управления качеством и мониторинга обратной связи, чтобы оперативно реагировать на изменения и поддерживать высокий уровень обслуживания.</p>	
11.	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой из следующих методов наиболее эффективен для налаживания продуктивного взаимодействия с представителями различных культур в бизнесе?</p> <p>А) Игнорирование культурных различий и применение стандартных подходов ко всем партнерам Б) Проведение обучения сотрудников по культурным особенностям и разработка адаптированных стратегий коммуникации В) Использование универсального делового языка без учета культурных предпочтений Г) Сокращение времени на общение и деловую переписку с представителями других культур</p> <p>Ключ: Б Обоснование: Обучение сотрудников помогает им понять и адаптироваться к различным культурным нормам и ожиданиям, что способствует более успешному и уважительному взаимодействию с партнерами и клиентами из других культур. Разработка адаптированных стратегий коммуникации позволяет точно и корректно передавать сообщения, избегать недопонимания и конфликтов, что укрепляет деловые отношения и способствует лучшему восприятию компании на международной арене.</p>	ПК-5 ПК-5.3.2
12.	<p>Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие из следующих методов способствуют эффективному взаимодействию с представителями различных культур?</p> <p>А) Проведение межкультурного тренинга для сотрудников Б) Разработка и внедрение многоканальных стратегий коммуникации В) Использование одного общего подхода для всех клиентов без учета их культурных особенностей Г) Создание многоязычных материалов и услуг для обеспечения доступности информации Д) Избегание обсуждения культурных различий и соблюдение нейтралитета в общении</p>	ПК-5.3.2

	<p>Ключ: А Б Г</p> <p>Обоснование: Проведение межкультурного тренинга помогает сотрудникам понимать и уважать культурные различия, что улучшает взаимодействие. Разработка многоканальных стратегий и создание многоязычных материалов обеспечивает доступность информации и адаптирует коммуникацию под культурные особенности, способствуя более эффективному взаимодействию с разными культурами.</p>			
13.	<p>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.</p> <p>Соотнесите методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами с их целевыми эффектами.</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>А) Проведение межкультурного тренинга для сотрудников</p> <p>Б) Создание многоязычных материалов и услуг</p> <p>В) Разработка и внедрение многоканальных стратегий коммуникации</p> <p>Г) Использование одного общего подхода для всех клиентов</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>1) Улучшение понимания и уважения культурных различий</p> <p>2) Повышение доступности информации для разных языковых групп</p> <p>3) Обеспечение адаптации коммуникации к предпочтениям разных культур</p> <p>4) Создание унифицированного подхода без учета культурных особенностей</p> </td> </tr> </table> <p>Ключ: А-1, Б-2, В-3, Г-4</p>	<p>А) Проведение межкультурного тренинга для сотрудников</p> <p>Б) Создание многоязычных материалов и услуг</p> <p>В) Разработка и внедрение многоканальных стратегий коммуникации</p> <p>Г) Использование одного общего подхода для всех клиентов</p>	<p>1) Улучшение понимания и уважения культурных различий</p> <p>2) Повышение доступности информации для разных языковых групп</p> <p>3) Обеспечение адаптации коммуникации к предпочтениям разных культур</p> <p>4) Создание унифицированного подхода без учета культурных особенностей</p>	ПК-5.3.2
<p>А) Проведение межкультурного тренинга для сотрудников</p> <p>Б) Создание многоязычных материалов и услуг</p> <p>В) Разработка и внедрение многоканальных стратегий коммуникации</p> <p>Г) Использование одного общего подхода для всех клиентов</p>	<p>1) Улучшение понимания и уважения культурных различий</p> <p>2) Повышение доступности информации для разных языковых групп</p> <p>3) Обеспечение адаптации коммуникации к предпочтениям разных культур</p> <p>4) Создание унифицированного подхода без учета культурных особенностей</p>			
14.	<p>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо. Расположите этапы эффективного взаимодействия с представителями различных культур в правильной последовательности.</p> <p>А. Проведение межкультурного тренинга для сотрудников.</p> <p>Б. Разработка и внедрение многоканальных стратегий коммуникации.</p> <p>В. Создание многоязычных материалов и услуг.</p> <p>Г. Оценка и адаптация подходов на основе обратной связи.</p> <p>Ключ: А Б В Г</p>	ПК-5.3.2		
15.	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ: Опишите поэтапно, как Вы будите планировать рекламную компанию для благотворительной выставки.</p> <p>Какие шаги следует предпринять для обеспечения успешного взаимодействия с партнерами из разных культурных сред в рамках международного проекта?</p> <p>Ключ: Для успешного взаимодействия с партнерами из разных культурных сред важно провести межкультурное обучение для сотрудников,</p>	ПК-5.3.2		

	адаптировать коммуникацию с учетом культурных особенностей, создать многоязычные материалы и поддерживать открытый диалог для получения обратной связи и коррекции подходов.	
--	--	--

Примечание: система оценивания тестовых заданий:

1 тип) Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип) Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип) Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип) Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип) Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловое, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Практическая работа студента должна быть полностью самостоятельна, лишена некорректных заимствований. В учебных дискуссиях все должны демонстрировать

уважительное отношение друг к другу, критиковать только содержание высказываний без перехода на личности. В деловых играх каждый участник стремится не отклоняться от заданной роли и достигать поставленного результата в честной борьбе.

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Контроль текущей успеваемости осуществляется преподавателем посредством оценивания основных компонентов учебного процесса: мотивации студента, его активности при решении практических задач, своевременное прохождение контрольных мероприятий, степень усвоения им теоретических знаний самостоятельно, уровень овладения практическими умениями и навыками во всех видах учебной деятельности, его способность к самостоятельной исследовательской работе.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой