

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)

«20» февраля 2025 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Фирменный стиль в гостиничном и ресторанном бизнесе»
(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 | 2025 |

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

преподаватель 10.02.2025 Е.В. Шаламова
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2025 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф. 10.02.2025 К.В. Лосев
(уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д.и.н. доц. 10.02.2025 Л.Ю. Гусман
(должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Фирменный стиль в гостиничном и ресторанном бизнесе» 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-5 «Способен проектировать объекты профессиональной деятельности»

ПК-7 «Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных формированием фирменного стиля в гостиничном и ресторанном бизнесе и приобретение умений их применять на практике.

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 зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины освоение студентами теоретических знаний в области формирования фирменного стиля в гостиничном и ресторанном бизнесе и приобретение умений их применять на практике, а также формирование универсальных и профессиональных компетенций, необходимых выпускнику.

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 |
| Профессиональные компетенции | ПК-5 Способен проектировать объекты профессиональной деятельности | ПК-5.3.1 знать технологии процесса проектирования услуг и реализации проектов в организациях избранной сферы профессиональной деятельности, которые направлены на развитие организаций сферы гостеприимства и общественного питания |
| Профессиональные компетенции | ПК-7 Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности | ПК-7.У.1 уметь применять прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности |

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- «Учебная практика»,
- «Правоведение»,
- «Экономика»,
- «Менеджмент в профессиональной деятельности»,
- «Маркетинг в профессиональной деятельности»
- «Организация и технологии гостиничной деятельности»,
- «Организация питания в гостиницах»,
- «Современные технологии клиентоориентированного сервиса».

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

- «Управление имиджем и репутацией гостиничного предприятия»,
- «Инновации в гостиничном деле»,
- «Тренинг персонала в гостиничном сервисе»,
- «Правовое обеспечение профессиональной деятельности»,
- «Организация обслуживания лиц с ОВ».

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 |
|---|-------|---------------------------|
| | | №7 |
| 1 | 2 | 3 |
| Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час) | 2/ 72 | 2/ 72 |
| Из них часов практической подготовки | 34 | 34 |
| Аудиторные занятия, всего час. | 51 | 51 |
| в том числе: | | |
| лекции (Л), (час) | 17 | 17 |
| практические/семинарские занятия (ПЗ), (час) | 34 | 34 |
| лабораторные работы (ЛР), (час) | | |
| курсовой проект (работа) (КП, КР), (час) | | |
| экзамен, (час) | | |
| Самостоятельная работа, всего (час) | 21 | 21 |
| Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**) | Зачет | Зачет |

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) | ЛР (час) | КП (час) | СРС (час) |
|---|--------------|---------|----------|----------|-----------|
| Семестр 7 | | | | | |
| Раздел 1. Формирование фирменного стиля в гостиничном и ресторанном бизнесе | | | | | |
| Тема 1.1 Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства. | 2 | 4 | - | - | 2 |
| Тема 1.2 Элементы фирменного стиля и стилиобразующие факторы. | 2 | 4 | - | - | 2 |
| Тема 1.3 Роль и функции дизайна | 2 | 4 | - | - | 2 |
| Тема 1.4 Роль цвета в интерьере гостиницы | 2 | 4 | - | - | 2 |
| Тема 1.5 Свет в дизайне интерьера гостиниц | 2 | 4 | - | - | 2 |
| Тема 1.6 Стили дизайна | 2 | 4 | - | - | 3 |

| | | | | | |
|--|----|----|---|---|----|
| Тема 1.7 Художественно – декоративные приемы дизайна | 2 | 4 | - | - | 4 |
| Тема 1.8 Фирменный стиль и имиджевая политика предприятий гостеприимства и общественного питания | 3 | 6 | - | - | 4 |
| Итого в семестре: | 17 | 34 | | | 21 |
| Итого | 17 | 34 | 0 | 0 | 21 |

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 1.1 Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства. Понятие фирменного стиля. История развития фирменного стиля. Внешние и внутренние функции фирменного стиля. Основные приемы формирования стиля. Роль фирменного стиля в деятельности предприятий индустрии гостеприимства. |
| 1 | Тема 1.2 Элементы фирменного стиля и стилеобразующие факторы. Основные элементы фирменного стиля. Товарный знак: функции, правовая защита. Логотип: понятие, основные элементы, требования к оформлению, условия использования по франчайзингу. Фирменный блок, фирменный шрифт, фирменный набор цветов. Фирменные константы. Название предприятия как одна из важнейших констант фирменного стиля. Основные требования к названию предприятия. Слоган предприятия. Фирменный лозунг, девиз: требования, классификация, практика применения. Этапы формирования фирменного стиля. <i>Демонстрация слайдов или учебных фильмов.</i> |
| 1 | Тема 1.3 Роль и функции дизайна . Определение понятия «дизайн». Функции дизайна. Поиск гармоничного единства конструктивных, архитектурно - пространственных и декоративных задач. Главные акценты архитектурно – художественного оформления. Элементы дизайна. Среда. Ритм. Композиция. Пространство. Масштаб. Пропорции. Пластика. Цвет. Свет. Архитектурные, художественные и технические приемы дизайна. |
| 1 | Тема 1.4 Роль цвета в интерьере гостиницы. Цветовой контраст, нюанс, акцент. Факторы выбора светового решения. Эмоциональная характеристика цветов (теплые, холодные). Влияние света на зрительное восприятие человека. Цветосочетание. Взаимосвязь функций помещений и цвета интерьера. Использование цвета для оптического изменения пропорций и размеров помещения. Требования к цветовому решению помещений гостиниц. Колористическая разработка помещений. <i>Демонстрация слайдов или учебных фильмов.</i> |
| 1 | Тема 1.5 Свет в дизайне интерьера гостиниц. Световая среда. Свет как элемент композиции. Источники света. Виды |

| | |
|---|---|
| | <p>естественного освещения: концентрированное, направленное, заливающее, боковое. Виды искусственного освещения: прямое, отраженное, «парящий потолок», имитирующее, проникающее, точечное. Освещение и объемно-планировочное решение помещений гостиницы. Требования к освещению различных помещений гостиницы.</p> <p><i>Демонстрация слайдов или учебных фильмов.</i></p> |
| 1 | <p>Тема 1.6 Стили дизайна.</p> <p>Стиль Древнего Египта. Стиль Античности. Готический стиль. Стиль эпохи ренессанса. Барокко. Рококо. Стиль классицизма. Кантри. Этностиль. Китайский стиль. Японский стиль. Марокканский стиль. Мексиканский стиль. Арт – деко. Хай – тек. Евростиль. Стилизация интерьеров. Стилевые гостиницы. Фэн – шуй.</p> <p><i>Демонстрация слайдов или учебных фильмов.</i></p> |
| 1 | <p>Тема 1.7 Художественно – декоративные приемы дизайна.</p> <p>Создание ансамбля интерьера. Декоративные композиции. Скульптурные, рельефные, орнаментальная роспись (витражи, панно и др.) Отделка неконструктивным материалом (тканью, бумагой, пластиком, зеркальным листом). Аппликации, коллаж, мозаика и др. Художественное оформление архитектурно – строительного оборудования: окна, двери, полы, потолки, карнизы и т. д. Художественное оформление вспомогательных служебных точек (торговых киосков). Рекламно – оформительский дизайн (надписи, стенды, шрифты). Изделия декоративно – прикладного искусства в интерьере (мебель, светильники, посуда, ковры, вазы, настольная скульптура и т.д.) Декорирование изделиями народного творчества.</p> <p><i>Демонстрация слайдов или учебных фильмов</i></p> |
| 1 | <p>Тема 1.8 Фирменный стиль и имиджевая политика предприятий гостеприимства и общественного питания</p> <p>Имидж предприятия индустрии гостеприимства. Имиджевая реклама и паблик рилейшнз. Корпоративная философия как инструмент создания фирменного стиля.</p> <p><i>Демонстрация слайдов.</i></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 7 | | | | | |
| | Основные приемы формирования стиля. | Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия | 4 | 4 | 1 |
| | Элементы фирменного стиля и стилеобразующие факторы | Семинар: выступления с сообщениями по вопросам | 4 | 4 | 1 |

| | | | | | |
|-------|---|---|----|----|---|
| | | практического занятия, групповая дискуссия | | | |
| | Элементы дизайна | Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия | 4 | 4 | 1 |
| | Цвета в интерьере гостиной | Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия | 4 | 4 | 1 |
| | Свет в дизайне интерьера гостиных | Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия | 4 | 4 | 1 |
| | Стили дизайна | Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия, групповая дискуссия | 4 | 4 | 1 |
| | Художественно-декоративные приемы дизайна | Семинар: выступления с сообщениями по вопросам практического занятия | 4 | 4 | 1 |
| Всего | | | 34 | 34 | |

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 7, час |
|---|---------------|-------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Изучение теоретического материала дисциплины (ТО) | 2 | 3 |
| Курсовое проектирование (КП, КР) | 6 | 6 |
| Расчетно-графические задания (РГЗ) | - | - |
| Выполнение реферата (Р) | - | - |
| Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ) | - | - |
| Домашнее задание (ДЗ) | 5 | 5 |
| Контрольные работы заочников (КРЗ) | 5 | 5 |
| Подготовка к промежуточной аттестации (ПА) | - | - |
| Всего: | 5 | 5 |

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) |
|---|---|---|
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=327924 | Шарков Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. - М.: Дашков и К: "Издательство Шаркова", 2012. - 272 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=514171 | Козлова Н. П. Козлова, Н.П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: Монография / Н. П. Козлова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 376 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=514171 | Котлер Ф. | |

| | | |
|---|--|--|
| m.com/catalog.php?bookinfo=391834 | Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=355373 | Макарова В. В. Макарова В. В. Дизайн помещений: стили интерьера на примерах. — СПб.: БХВ-Петербург, 2011. — 168 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=433166 | Ткаченко О. Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский госунар. технич. универ. (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 176 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=872836 | Синяева И. М. Маркетинг PR и рекламы: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Синяева И.М., Маслова В.М., Романенкова О.Н.; Под ред. Синяева И.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=430296 | Розанова Т. П. Розанова, Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : Практикум / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. - 132 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=937237 | Муртузалиева Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.:Дашков и К, 2017. - 166 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=365046 | Кошлякова М. О. Кошлякова М. О. Технологии формирования имиджа [Электронный ресурс] / М. О. Кошлякова. - М.: РГУТиС, 2008. - 128 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=415579 | Можаяева Н. Г. Гостиничный сервис: Учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=391984 | Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 496 с. | |
| https://e.lanbook.com/book/44297 | Брашнов, С.Г. Основы индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С.Г. Брашнов, Е.В. Мигунов. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2013. — 220 с. | |
| http://znaniu.m.com/catalog.php?bookinfo=396883 | Уокер Д. Р. Уокер, Джон Р. Управление гостеприимством. Вводный курс [Электронный ресурс] : учебник / Джон Р. Уокер; пер. с англ. В. Н. Егорова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 880 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»

| Адрес | Наименование |
|---|---|
| http://buklib.net/URL | Электронная библиотека |
| http://tourlib.net/ | Электронная библиотека |
| Znanium.com | Электронная библиотека |
| http://www.hotelstat.ru | Электронная библиотека нормативных документов |
| http://hotelexecutive.ru/ | Журнал «Современный отель», «Ресторановедъ» |
| http://buklib.net/ | Электронная библиотека |
| http://marklog.ru/ | Электронный научно-практический журнал «Маркетинг и логистика» научно-практический журнал |

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 таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

| № п/п | Наименование составной части материально-технической базы | Номер аудитории (при необходимости) |
|-------|---|-------------------------------------|
| 1 | Мультимедийная лекционная аудитория | |
| 2 | Класс компьютерный для деловых игр | |

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 |
|------------------------------|----------------------------|
| Зачет | Список вопросов; Тесты. |

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 |
|-------|--|----------------|
| | Учебным планом не предусмотрено | |

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 |
|-------|--|----------------|
| 1. | Фирменный стиль и его функции. | ПК-3.3.1 |
| 2. | Элементы фирменного стиля. | ПК-5.3.1 |
| 3. | Товарный знак: определение, функции. Бренд. | ПК-7.У.1 |
| 4. | Психологические аспекты значения торговой марки и товарного знака. | ПК-3.3.1 |
| 5. | Особенности фирменного стиля современных предприятий гостеприимства. | ПК-5.3.1 |
| 6. | Роль кухни в формировании фирменного стиля ресторана. | ПК-7.У.1 |
| 7. | Корпоративный имидж: определение, характеристика. | ПК-3.3.1 |
| 8. | Логотип: понятие, требования к оформлению. | ПК-5.3.1 |
| 9. | Этапы разработки фирменного стиля | ПК-7.У.1 |
| 10. | Функции и элементы дизайна. | ПК-3.3.1 |
| 11. | Ансамбль интерьера. | ПК-5.3.1 |
| 12. | Архитектурно – декоративные приемы дизайна. | ПК-7.У.1 |
| 13. | Психологическое воздействие цвета. Гармония цвета. | ПК-3.3.1 |
| 14. | Свет в интерьере. Требования к освещению помещений гостиницы. | ПК-5.3.1 |
| 15. | Зонирование пространства. Способы зонирования. | ПК-7.У.1 |
| 16. | Историческое развитие архитектурно – художественного интерьера. | ПК-3.3.1 |
| 17. | Металл, стекло и керамика в дизайне. | ПК-5.3.1 |
| 18. | Декоративные элементы в интерьере. | ПК-7.У.1 |
| 19. | Растения в интерьере. | ПК-3.3.1 |
| 20. | Древнегреческий дизайн. | ПК-5.3.1 |
| 21. | Патрицианский стиль. | ПК-7.У.1 |
| 22. | Готический стиль. | ПК-3.3.1 |
| 23. | Стиль барокко. Русское барокко. | ПК-5.3.1 |
| 24. | Стиль рококо: характеристика, особенности. | ПК-7.У.1 |
| 25. | Стиль классицизма: характеристика, особенности. | ПК-3.3.1 |
| 26. | Стиль кантри: характеристика, особенности. | ПК-5.3.1 |
| 27. | Этностиль: характеристика, особенности. | ПК-7.У.1 |
| 28. | Стиль хай – тек: характеристика, особенности. | ПК-3.3.1 |
| 29. | Русский стиль: характеристика, особенности. | ПК-5.3.1 |
| 30. | Архитектурно – художественные стили в Санкт – Петербурге. | ПК-7.У.1 |
| 31. | Ландшафтный дизайн. | ПК-3.3.1 |
| 32. | Русский византийский стиль. | ПК-5.3.1 |
| 33. | Фэн – шуй в интерьере. | ПК-7.У.1 |
| 34. | Декоративные элементы в интерьере. | ПК-3.3.1 |
| 35. | Приемы организации пространства помещений | ПК-5.3.1 |

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>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой из следующих элементов фирменного стиля является наиболее важным для создания первого впечатления о гостинице?</p> <p>а) Логотип б) Цветовая палитра с) Униформа персонала d) Интерьер лобби</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие элементы фирменного стиля могут способствовать узнаваемости бренда ресторана?</p> <p>а) Уникальное название б) Однообразное меню с) Оригинальная упаковка блюд на вынос d) Наличие фирменного слогана</p> <p>3. Прочитайте текст и соотнесите элементы фирменного стиля с их назначением. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC.</p> <table><tr><th>Элементы фирменного стиля</th><th>Назначение</th></tr><tr><td>A) Логотип</td><td>1) Обеспечение единства визуального восприятия бренда</td></tr><tr><td>B) Цветовая палитра</td><td>2) Выражение индивидуальности и ценностей бренда</td></tr><tr><td>C) Типографика</td><td>3) Графическое представление бренда</td></tr><tr><td>D) Фирменный персонаж</td><td>4) Создание узнаваемого визуального образа</td></tr><tr><td>E) Униформа персонала</td><td>5) Отображение характера и тона коммуникации бренда</td></tr></table> <p>4. Прочитайте текст и установите порядок этапов разработки фирменного стиля для отеля. Запишите соответствующую последовательность цифр.</p> <p>1. Разработка брендбука 2. Анализ целевой аудитории и конкурентов 3. Создание логотипа и цветовой палитры 4. Тестирование фирменного стиля 5. Разработка концепции фирменного стиля 6. Внедрение фирменного стиля во все каналы коммуникации</p> | Элементы фирменного стиля | Назначение | A) Логотип | 1) Обеспечение единства визуального восприятия бренда | B) Цветовая палитра | 2) Выражение индивидуальности и ценностей бренда | C) Типографика | 3) Графическое представление бренда | D) Фирменный персонаж | 4) Создание узнаваемого визуального образа | E) Униформа персонала | 5) Отображение характера и тона коммуникации бренда | ПК-3.3.1 |
| Элементы фирменного стиля | Назначение | | | | | | | | | | | | | |
| A) Логотип | 1) Обеспечение единства визуального восприятия бренда | | | | | | | | | | | | | |
| B) Цветовая палитра | 2) Выражение индивидуальности и ценностей бренда | | | | | | | | | | | | | |
| C) Типографика | 3) Графическое представление бренда | | | | | | | | | | | | | |
| D) Фирменный персонаж | 4) Создание узнаваемого визуального образа | | | | | | | | | | | | | |
| E) Униформа персонала | 5) Отображение характера и тона коммуникации бренда | | | | | | | | | | | | | |

| | <p>5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Какие преимущества дает наличие сильного фирменного стиля для гостиничного бизнеса?</p> | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|---------------------------|---------|------------|--------------------------------------|-------------------|---|-------------------|-------------------------|-----------------|----------------------------------|---------------|----------------------------------|----------|
| 2 | <p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какова основная цель использования фирменного стиля в ресторанном бизнесе?</p> <p>а) Снижение затрат на рекламу б) Привлечение большего количества посетителей в) Создание уникального и узнаваемого образа г) Увеличение скорости обслуживания</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие элементы могут быть включены в фирменный стиль кафе?</p> <p>а) Музыкальное сопровождение б) Дизайн меню в) Аромат в помещении г) Форма одежды персонала</p> <p>3. Прочитайте текст и соотнесите элементы фирменного стиля гостиницы с их функциями. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АВС.</p> <table><tr><th>Элементы фирменного стиля</th><th>Функции</th></tr><tr><td>А) Логотип</td><td>1) Создание атмосферы гостеприимства</td></tr><tr><td>В) Цветовая гамма</td><td>2) Поддержание единства стиля во всех элементах</td></tr><tr><td>С) Мебель и декор</td><td>3) Идентификация бренда</td></tr><tr><td>Д) Обслуживание</td><td>4) Улучшение узнаваемости бренда</td></tr><tr><td>Е) Полиграфия</td><td>5) Демонстрация ценностей бренда</td></tr></table> <p>4. Прочитайте текст и установите порядок этапов внедрения фирменного стиля в ресторане. Запишите соответствующую последовательность цифр.</p> <p>1. Обучение персонала 2. Анализ эффективности 3. Разработка фирменного стиля 4. Внедрение изменений в интерьер 5. Обновление рекламных материалов 6. Запуск рекламной кампании</p> <p>5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Каким образом фирменный стиль может повлиять на ценовую политику ресторана?</p> | Элементы фирменного стиля | Функции | А) Логотип | 1) Создание атмосферы гостеприимства | В) Цветовая гамма | 2) Поддержание единства стиля во всех элементах | С) Мебель и декор | 3) Идентификация бренда | Д) Обслуживание | 4) Улучшение узнаваемости бренда | Е) Полиграфия | 5) Демонстрация ценностей бренда | ПК-5.3.1 |
| Элементы фирменного стиля | Функции | | | | | | | | | | | | | |
| А) Логотип | 1) Создание атмосферы гостеприимства | | | | | | | | | | | | | |
| В) Цветовая гамма | 2) Поддержание единства стиля во всех элементах | | | | | | | | | | | | | |
| С) Мебель и декор | 3) Идентификация бренда | | | | | | | | | | | | | |
| Д) Обслуживание | 4) Улучшение узнаваемости бренда | | | | | | | | | | | | | |
| Е) Полиграфия | 5) Демонстрация ценностей бренда | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | <p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> | ПК-7.У.1 | | | | | | | | | | | | |

| <p>Что является ключевым фактором при выборе цветовой палитры для фирменного стиля гостиницы?</p> <p>a) Модные тенденции</p> <p>b) Личные предпочтения владельца</p> <p>c) Соответствие целевой аудитории и позиционированию</p> <p>d) Доступность цветов</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</p> <p>Какие элементы могут быть частью фирменного стиля кофейни?</p> <p>a) Рецепты фирменных напитков</p> <p>b) Уникальный дизайн стаканчиков</p> <p>c) Музыка, транслируемая в заведении</p> <p>d) Слоган и миссия компании</p> <p>3. Прочитайте текст и соотнесите элементы фирменного стиля с их задачами в контексте отеля. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC.</p> <table><tr><th>Элементы фирменного стиля</th><th>Задачи</th></tr><tr><td>A) Логотип</td><td>1) Создание комфортной атмосферы для гостей</td></tr><tr><td>B) Шрифты</td><td>2) Обеспечение узнаваемости отеля</td></tr><tr><td>C) Интерьер номеров</td><td>3) Отображение ценностей и концепции бренда</td></tr><tr><td>D) Обслуживание</td><td>4) Формирование первого впечатления об отеле</td></tr><tr><td>E) Рекламные материалы</td><td>5) Донесение информации до потенциальных клиентов</td></tr></table> <p>4. Прочитайте текст и установите порядок этапов оценки эффективности фирменного стиля ресторана. Запишите соответствующую последовательность цифр.</p> <p>1. Анализ отзывов клиентов</p> <p>2. Оценка узнаваемости бренда</p> <p>3. Сравнение с конкурентами</p> <p>4. Определение целей фирменного стиля</p> <p>5. Анализ финансовых показателей</p> <p>6. Опрос персонала</p> <p>5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</p> <p>Как фирменный стиль может способствовать формированию лояльности клиентов в гостиничном бизнесе?</p> | Элементы фирменного стиля | Задачи | A) Логотип | 1) Создание комфортной атмосферы для гостей | B) Шрифты | 2) Обеспечение узнаваемости отеля | C) Интерьер номеров | 3) Отображение ценностей и концепции бренда | D) Обслуживание | 4) Формирование первого впечатления об отеле | E) Рекламные материалы | 5) Донесение информации до потенциальных клиентов | |
|---|---|--------|------------|---|-----------|-----------------------------------|---------------------|---|-----------------|--|------------------------|---|--|
| Элементы фирменного стиля | Задачи | | | | | | | | | | | | |
| A) Логотип | 1) Создание комфортной атмосферы для гостей | | | | | | | | | | | | |
| B) Шрифты | 2) Обеспечение узнаваемости отеля | | | | | | | | | | | | |
| C) Интерьер номеров | 3) Отображение ценностей и концепции бренда | | | | | | | | | | | | |
| D) Обслуживание | 4) Формирование первого впечатления об отеле | | | | | | | | | | | | |
| E) Рекламные материалы | 5) Донесение информации до потенциальных клиентов | | | | | | | | | | | | |

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 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 обучающимся 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.

Структура предоставления лекционного материала:

- формулировку темы лекции;
- указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
- изложение вводной части;
- изложение основной части лекции;
- краткие выводы по каждому из вопросов;
- заключение;
- рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Начальный этап каждого лекционного занятия – оглашение основной темы лекции с краткой аннотацией предлагаемых для изучения вопросов. Преподаватель сообщает о примерном плане проведения лекции и предполагаемом распределении бюджета времени. Если очередное занятие является продолжением предыдущей лекции, кратко формулируют полученные ранее знания, необходимые для понимания и усвоения изучаемых вопросов.

В вводной части достаточно кратко характеризуется место и значение данной темы в курсе, дается обзор важнейших источников и формулируются основные вопросы или задачи, решение которых необходимо для создания стройной системы знаний в данной предметной области. В этой части лекции демонстрируются основные педагогические методы, которые будут использоваться при изложении материала

Основная часть лекции имеет своей целью раскрытие содержания основных вопросов или разделов и определяется логической структурой плана лекции. При этом используются основные педагогические способы изложения материала: описание-характеристика, повествование, объяснение и др. Преподаватель использует эффективные методические приемы изложения материала - анализ, обобщение, индукцию, дедукцию, противопоставления, сравнения и т.д., обеспечивающие достаточно высокий уровень качества учебного процесса.

В заключительной части лекции проводится обобщение наиболее важных и существенных вопросов, делаются выводы и формулируются задачи для самостоятельной работы студентов. Оставшееся время используют для ответов на вопросы студентов.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Семинар – один из наиболее сложных и в то же время плодотворных видов (форм) вузовского обучения и воспитания. 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 узловые, 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.

При подготовке к семинарским занятиям студенты должны ответить на контрольные вопросы, подготовить доклад и выступить с сообщением на занятии. Для самостоятельной подготовки может быть использована дополнительная литература, а также источники Интернет.

Вопросы для обсуждения на семинарских занятиях студенты могут прочитать в Учебно-методических материалах по семинарским занятиям или уточнить у преподавателя на предыдущем занятии.

Студенты могут обсудить возникающие в ходе самостоятельной работы проблемы по конкретным вопросам, а также содержание доклада с преподавателем в соответствии с графиком его индивидуальных консультаций.

Темы выступлений и докладов студентов сформулированы с учетом актуальных направлений развития теории и организации менеджмента ресторанного и гостиничного бизнеса, а также основных тенденций изменения социально-экономической политики в России на современном этапе.

Студенты вправе выбрать тему, соответствующую опыту и месту работы, а также своим профессиональным и научным интересам. Темы доклада могут быть самостоятельно предложены студентами с учетом основного содержания учебной дисциплины и согласованы с преподавателем. Доклад должен быть представлен в печатном виде и оформлен в соответствии с общими требованиями.

Структура доклада и порядок работы над ним

Структура:

- Введение
- Основная часть
- Заключение
- Список источников

Порядок работы

Выбрав тему работы, студент должен разработать содержание письменной работы по параграфам и разделам. В содержании работы должны быть выделены основные понятия и определения по данной проблеме.

Темы докладов и вопросы для выступления выдаются в конце каждого практического занятия (для студентов очной формы обучения) по конкретной теме в соответствии с программой изучения учебной дисциплины, и на установочной лекции (для студентов заочной формы обучения). Содержание доклада может согласовываться с преподавателем на консультациях, как при личной встрече, так и по электронной почте.

Рекомендуется следующая последовательность выполнения работы:

- изучение специальной литературы и нормативной документации;
- составление и согласование содержания работы, а также графика ее написания;
- написание доклада;
- представление работы на обсуждение студентов.

Работа с источниками информации

По учебной дисциплине студентам предлагается обширный список литературы, который может быть использован ими в соответствии с выбранной темой доклада. Возможно использование источников информации не указанных в списке. Теоретический анализ проблемы выполняется на основе изученной литературы и электронной информации. Каждому студенту предстоит самостоятельно подобрать литературу по выбранной теме, учитывая ее специфику, а так же материалы, подтверждающие местный (региональный) опыт. Литература должна отражать различные научные подходы по избранной теме исследования, поэтому необходимо отдавать предпочтение научным изданиям, избегать популярных брошюр. Для отражения современных тенденций в решении исследуемой проблемы следует использовать более поздние издания, желательно, за последние 5 лет.

Работая с источниками литературы, необходимо фиксировать основные понятия и определения, а также статистические данные с указанием конкретного источника информации и номера страницы, для использования этих понятий в тексте письменной работы.

Рекомендации по поиску информации в Интернете

Производя поиск необходимой информации на сайтах организаций, библиотек или изданий следует:

- обращаться к интернет - каталогам;
- не ограничиваться обращением к одной поисковой системе;
- находить сайты, являющиеся ключевыми по данной теме, на них может быть множество хорошо отобранных ресурсов; у каждой поисковой системы – свои правила задания запроса, необходимо изучить «помощь» системы;
- обращаясь к найденным «похожим документам», помните о направлении поиска, используйте ключевые слова.

Написание доклада необходимо начинать с составления его содержания, которое должно иметь четкие формулировки, быть логичным и последовательным.

Главное в докладе - раскрыть по возможности наиболее точное и полное содержание основных понятий темы, сопоставить различные точки зрения на проблему (практиков гостиничного бизнеса, маркетологов, социологов, экономистов, менеджеров, психологов, юристов), избегая механического переписывания текста из книг или статей, и изложить свое мнение по данной проблеме.

Изложение материала должно быть последовательным и логическим. Все разделы и параграфы работы должны быть увязаны между собой.

В заключении обязательно отражается точка зрения автора на проблему, формулируются как положительные стороны деятельности различных учреждений и ведомств, так и недостатки в работе по решению проблем организации гостиничного и ресторанного бизнеса на современном этапе и обосновываются причины не возможности решения проблем, а также предлагаются рекомендации по решению данной проблемы.

Рекомендации должны логически вытекать из теоретического анализа выбранной темы и изучения опыта практической деятельности менеджеров гостиничного и ресторанного бизнеса и носить конкретный характер по обеспечению экономической эффективности предприятий отрасли. Доклад выполняется в соответствии с общими требованиями к оформлению курсовых работ и рефератов, разработанных ГУАП.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов является составной частью образовательного процесса. Она проводится с целью активного поиска и приобретения студентами новых знаний, умений и навыков, закрепления и углубления ранее пройденного учебного материала, подготовки к предстоящим занятиям, зачетам и экзаменам, а также приобретения навыков в самостоятельной работе с литературой, формирования культуры умственного труда, самостоятельности, инициативы и творчества при решении разнообразных задач.

Самостоятельная работа студентов по изучению дисциплины «Фирменный стиль в гостиничном и ресторанном бизнесе» планируется, организуется и проводится во внеклассные часы в течение всего периода обучения по ней студентов в ГУАП, на основе учебного плана и учебной программы.

При определении объема учебного материала, выносимого для самостоятельной работы студентов, преподаватель кафедры должен руководствоваться нормами времени, установленными для каждой дисциплины «Фирменный стиль в гостиничном и ресторанном бизнесе» учебным планом.

Время, отведенное на самостоятельную работу студентов, должно быть использовано ими полностью и по назначению.

Для обеспечения самостоятельной работы студенты должны: ознакомиться с перечнем обязательной и дополнительной литературы по учебной дисциплине, исходя из реальных возможностей по ее изучению в рамках предусмотренного бюджета времени.

Руководство самостоятельной работой слушателей по изучению дисциплины «Фирменный стиль в гостиничном и ресторанном бизнесе» и контроль за ее эффективностью осуществляет кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса.

Самостоятельная работа под руководством преподавателя — это вид учебного занятия, на котором студенты самостоятельно изучают теоретический материал и отрабатывают практические умения и навыки при непосредственной организующей и направляющей деятельности преподавателя. Они предусматривают, как правило, самостоятельное изучение учебного материала по учебным и учебным пособиям, разработку рефератов, выполнения расчетно-графических, вычислительных работ, моделирования и других творческих заданий. Самостоятельная работа под руководством преподавателя проводится в часы, предусмотренные расписанием занятий.

Самостоятельная работа является неотъемлемой составляющей процесса обучения студентов и позволяет:

- закрепить теоретические знания, полученные студентами на лекционных занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки;
- расширить знания по основным темам учебной дисциплины за счет изучения дополнительной литературы и подготовки к семинарам и практическим занятиям по избранной теме;
- теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и

программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей, нормативно-технической базе туристско-рекреационного проектирования;

- теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии;
- приобрести навыки, необходимые для выполнения ими своих профессиональных обязанностей руководителя в сфере индустрии гостеприимства.

В ходе изучения данной дисциплины студенты должны знать:

- теоретические основы проектирования;
- теоретические основы фирменного стиля;
- этапы разработки фирменного стиля;
- элементы фирменного стиля предприятий гостеприимства и предприятий питания;
- о роли и функции дизайна в гостиничном комплексе;
- художественно – декоративные приемы дизайна.
- правила и принципы эстетического оформления гостиницы;
- основные стили дизайна;
- приемы цвето-, свето-, фитодизайна;

Студенты должны уметь:

- применять на практике нормативные документы, регламентирующие гостиничную и ресторанный деятельность;
- исследовать рынок гостиничных и ресторанных услуг.
- фундаментальные концепции и базовые технологии логистики;
- проводить маркетинговый анализ деятельности ресторана;
- применять практические приемы управления рестораном;
- методы идентификации основных логистических бизнес-процессов на уровне компании и цепи поставок в ресторанном деле;
- - формировать конкурентоспособный стиль предприятия;
- видеть стилевое единство оформления интерьера гостиниц;
- использовать элементы фирменного стиля в конкретных условиях;
- использовать приемы декоративно- художественного оформления интерьера;
- зонировать пространство помещения;
- анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов);
- организовывать взаимодействие в группе, обеспечивать межличностные взаимоотношения с учетом социально-культурных особенностей общения, применять коммуникативные техники и технологии делового общения;
- анализировать полученную информацию и предлагать аргументированные рекомендации по формированию гостиничного продукта.

Студенты должны владеть:

- методами выявления потребностей потребителя;
- навыками формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей;
- навыками декорирования интерьера;
- использованием элементов стилизации убранства гостиничных номеров.

Предметом дисциплины являются теоретические аспекты и практические решения интерьеров гостиниц и ресторанов.

В процессе самостоятельной работы студенты должны изучить предложенные основные источники информации в соответствии с конкретной темой по учебной дисциплине, запомнить основные понятия и определения, а также усвоить различие между подходами в организации управления производственным процессом гостиничных

предприятий и предприятий питания.

Для решения указанных задач студентам предлагаются к прочтению и содержательному анализу учебные пособия, учебники, нормативные документы, Интернет-сайты.

Результаты работы с текстами обсуждаются на семинарских занятиях, посвященных соответствующим учебным вопросам.

11.4. 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 в виде оценивания выполнения практических заданий.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении промежуточной аттестации.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

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

- зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Зачет проходит в форме выполнения тестовых заданий.

Тест (англ. test – задание стандартной формы, по которому проводится испытание для определения уровня знаний) представляет собой одну из наиболее удобных форм быстрой и всесторонней проверки полученных знаний. В то же время не следует преувеличивать пользу тестовых заданий, выделяя данную форму проверки знаний и пренебрегая иным аппаратом организации усвоения материала (вопросы, доклады, задачи, контрольные и самостоятельные работы).

В тестовых заданиях студенту-бакалавру предлагается ответить на конкретно поставленный вопрос, сделав выбор из предлагаемых вариантов ответов. При чтении вопросов необходимо осмысливать каждое слово и лишь после этого приступать к выбору правильного ответа. Под правильным ответом понимается наиболее полный и исчерпывающий ответ. Поскольку отдельные предлагаемые ответы также могут быть правильными, рекомендуется обращать внимание на их объём, включающий в себя максимум необходимой информации.

Все тестовые задания разделены по темам в соответствии с учебной программой. После наименования темы следуют подготовительные вопросы, предварительные ответы на которые способствуют поиску правильных вариантов тестовых заданий, а также методические рекомендации по изучению соответствующего материала. Работа с тестовыми заданиями предусматривает получение ответов в более короткие сроки, по сравнению, например, с решением задач. Поэтому данное условие должно учитываться при оценке знаний студентов.

Для решения предложены Тесты по дисциплине «Фирменный стиль в гостиничном и ресторанном бизнесе». Предложено для решения 20 тестов. Каждый тест - вопрос предполагает несколько вариантов ответов. Предложенные ответы могут быть верными или не верными.

Каждый тест состоит из 3 - 5 ответов. Студенту следует выбрать правильные ответы.

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».

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 |
|---|-----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Система оценивания тестовых заданий

Тестирование определяется пятью типами вопросов – 4 закрытых вопроса, предусматривающие выбор вариантов ответов и их обоснование и 1 открытый вопрос, предусматривающий развернутый ответ с аргументированием и примерами). Система оценивания заключается в следующем:

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.

Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД, содержатся в таблице 1П данного приложения.

Таблица 1П – Ключи к тестированию, представленному в таблице 18 данной РПД

| № п/п | Примерный перечень вопросов для тестов | Код индикатора |
|-------|--|----------------|
| 1 | <p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> <p>Какой из следующих элементов фирменного стиля является наиболее важным для создания первого впечатления о гостинице?</p> <p>а) Логотип б) Цветовая палитра в) Униформа персонала г) Интерьер лобби</p> <p>Ответ: г) Интерьер лобби</p> <p>Обоснование: Лобби – это первое место, которое видит гость. Его оформление, атмосфера и дизайн оказывают непосредственное влияние на формирование первого впечатления о гостинице, ее уровне и стиле. Логотип, цветовая палитра и униформа важны, но</p> | ПК-3.3.1 |

воспринимаются позже.

2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Какие элементы фирменного стиля могут способствовать узнаваемости бренда ресторана?

- a) Уникальное название
- b) Однообразное меню
- c) Оригинальная упаковка блюд на вынос
- d) Наличие фирменного слогана

Ответ: a) Уникальное название, c) Оригинальная упаковка блюд на вынос, d) Наличие фирменного слогана

Обоснование: Уникальное название, оригинальная упаковка и слоган – это элементы, которые выделяют ресторан среди конкурентов и помогают потребителям его запомнить. Однообразное меню не способствует узнаваемости, а скорее наоборот.

3. Прочитайте текст и соотнесите элементы фирменного стиля с их назначением. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC.

| Элементы фирменного стиля | Назначение |
|---------------------------|---|
| A) Логотип | 1) Обеспечение единства визуального восприятия бренда |
| B) Цветовая палитра | 2) Выражение индивидуальности и ценностей бренда |
| C) Типографика | 3) Графическое представление бренда |
| D) Фирменный персонаж | 4) Создание узнаваемого визуального образа |
| E) Униформа персонала | 5) Отображение характера и тона коммуникации бренда |

Ответ: A-3, B-1, C-5, D-4, E-2

4. Прочитайте текст и установите порядок этапов разработки фирменного стиля для отеля. Запишите соответствующую последовательность цифр.

1. Разработка брендбука
2. Анализ целевой аудитории и конкурентов
3. Создание логотипа и цветовой палитры
4. Тестирование фирменного стиля
5. Разработка концепции фирменного стиля
6. Внедрение фирменного стиля во все каналы коммуникации

Ответ: 2-5-3-1-4-6

5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Какие преимущества дает наличие сильного фирменного стиля для гостиничного бизнеса?

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---------------------------|---------|------------|--------------------------------------|-------------------|---|-------------------|-------------------------|-----------------|----------------------------------|---------------|----------------------------------|----------|
| | <p>Ответ: Сильный фирменный стиль создает узнаваемый и запоминающийся образ гостиницы, повышает лояльность клиентов, дифференцирует от конкурентов, формирует положительное восприятие бренда, облегчает продвижение и позволяет устанавливать более высокую цену на услуги.</p> | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | <p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какова основная цель использования фирменного стиля в ресторанном бизнесе?</p> <p>а) Снижение затрат на рекламу б) Привлечение большего количества посетителей с) Создание уникального и узнаваемого образа д) Увеличение скорости обслуживания</p> <p>Ответ: с) Создание уникального и узнаваемого образа Обоснование: Фирменный стиль в первую очередь направлен на формирование имиджа и идентификации бренда, что в свою очередь может повлиять на привлечение посетителей.</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие элементы могут быть включены в фирменный стиль кафе?</p> <p>а) Музыкальное сопровождение б) Дизайн меню с) Аромат в помещении д) Форма одежды персонала</p> <p>Ответ: б) Дизайн меню, д) Форма одежды персонала Обоснование: Дизайн меню и форма одежды персонала являются визуальными элементами, которые формируют фирменный стиль. Музыка и аромат – это элементы атмосферы, косвенно влияющие на восприятие бренда.</p> <p>3. Прочитайте текст и соотнесите элементы фирменного стиля гостиницы с их функциями. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АВС.</p> <table><tr><td>Элементы фирменного стиля</td><td>Функции</td></tr><tr><td>А) Логотип</td><td>1) Создание атмосферы гостеприимства</td></tr><tr><td>В) Цветовая гамма</td><td>2) Поддержание единства стиля во всех элементах</td></tr><tr><td>С) Мебель и декор</td><td>3) Идентификация бренда</td></tr><tr><td>Д) Обслуживание</td><td>4) Улучшение узнаваемости бренда</td></tr><tr><td>Е) Полиграфия</td><td>5) Демонстрация ценностей бренда</td></tr></table> <p>Ответ: А-3, В-4, С-1, Д-5, Е-2</p> <p>4. Прочитайте текст и установите порядок этапов внедрения фирменного стиля в ресторане. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1. Обучение персонала 2. Анализ эффективности 3. Разработка фирменного стиля</p> | Элементы фирменного стиля | Функции | А) Логотип | 1) Создание атмосферы гостеприимства | В) Цветовая гамма | 2) Поддержание единства стиля во всех элементах | С) Мебель и декор | 3) Идентификация бренда | Д) Обслуживание | 4) Улучшение узнаваемости бренда | Е) Полиграфия | 5) Демонстрация ценностей бренда | ПК-5.3.1 |
| Элементы фирменного стиля | Функции | | | | | | | | | | | | | |
| А) Логотип | 1) Создание атмосферы гостеприимства | | | | | | | | | | | | | |
| В) Цветовая гамма | 2) Поддержание единства стиля во всех элементах | | | | | | | | | | | | | |
| С) Мебель и декор | 3) Идентификация бренда | | | | | | | | | | | | | |
| Д) Обслуживание | 4) Улучшение узнаваемости бренда | | | | | | | | | | | | | |
| Е) Полиграфия | 5) Демонстрация ценностей бренда | | | | | | | | | | | | | |

| | <p>4. Внедрение изменений в интерьер 5. Обновление рекламных материалов 6. Запуск рекламной кампании Ответ: 3-4-5-1-6-2</p> <p>5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Каким образом фирменный стиль может повлиять на ценовую политику ресторана? Ответ: Сильный и узнаваемый фирменный стиль позволяет ресторану позиционировать себя в более высоком ценовом сегменте, так как клиенты готовы платить больше за уникальный опыт и восприятие бренда.</p> | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---------------------------|--------|------------|---|-----------|-----------------------------------|---------------------|---|-----------------|--|------------------------|--|----------|
| 3 | <p>1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Что является ключевым фактором при выборе цветовой палитры для фирменного стиля гостиницы? а) Модные тенденции б) Личные предпочтения владельца с) Соответствие целевой аудитории и позиционированию д) Доступность цветов Ответ: с) Соответствие целевой аудитории и позиционированию Обоснование: Цветовая палитра должна отражать ценности бренда и привлекать целевую аудиторию, а не просто соответствовать моде или вкусам владельца.</p> <p>2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие элементы могут быть частью фирменного стиля кофейни? а) Рецепты фирменных напитков б) Уникальный дизайн стаканчиков с) Музыка, транслируемая в заведении д) Слоган и миссия компании Ответ: б) Уникальный дизайн стаканчиков, д) Слоган и миссия компании Обоснование: Дизайн стаканчиков и слоган являются визуальными и вербальными элементами фирменного стиля. Рецепты и музыка создают атмосферу, но не являются его прямыми элементами.</p> <p>3. Прочитайте текст и соотнесите элементы фирменного стиля с их задачами в контексте отеля. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АВС.</p> <table><tr><th>Элементы фирменного стиля</th><th>Задачи</th></tr><tr><td>А) Логотип</td><td>1) Создание комфортной атмосферы для гостей</td></tr><tr><td>В) Шрифты</td><td>2) Обеспечение узнаваемости отеля</td></tr><tr><td>С) Интерьер номеров</td><td>3) Отображение ценностей и концепции бренда</td></tr><tr><td>Д) Обслуживание</td><td>4) Формирование первого впечатления об отеле</td></tr><tr><td>Е) Рекламные материалы</td><td></td></tr></table> | Элементы фирменного стиля | Задачи | А) Логотип | 1) Создание комфортной атмосферы для гостей | В) Шрифты | 2) Обеспечение узнаваемости отеля | С) Интерьер номеров | 3) Отображение ценностей и концепции бренда | Д) Обслуживание | 4) Формирование первого впечатления об отеле | Е) Рекламные материалы | | ПК-7.У.1 |
| Элементы фирменного стиля | Задачи | | | | | | | | | | | | | |
| А) Логотип | 1) Создание комфортной атмосферы для гостей | | | | | | | | | | | | | |
| В) Шрифты | 2) Обеспечение узнаваемости отеля | | | | | | | | | | | | | |
| С) Интерьер номеров | 3) Отображение ценностей и концепции бренда | | | | | | | | | | | | | |
| Д) Обслуживание | 4) Формирование первого впечатления об отеле | | | | | | | | | | | | | |
| Е) Рекламные материалы | | | | | | | | | | | | | | |

| | | |
|--|---|--|
| | <div data-bbox="359 152 1284 228" data-label="Text"> <p>5) Донесение информации до потенциальных клиентов</p> </div> <div data-bbox="347 230 766 264" data-label="Text"> <p>Ответ: А-2, В-3, С-1, D-4, Е-5</p> </div> <div data-bbox="359 304 1295 414" data-label="Text"> <p>4. Прочитайте текст и установите порядок этапов оценки эффективности фирменного стиля ресторана. Запишите соответствующую последовательность цифр.</p> </div> <div data-bbox="347 416 909 631" data-label="List-Group"> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ отзывов клиентов 2. Оценка узнаваемости бренда 3. Сравнение с конкурентами 4. Определение целей фирменного стиля 5. Анализ финансовых показателей 6. Опрос персонала </div> <div data-bbox="359 633 619 667" data-label="Text"> <p>Ответ: 4-2-3-1-6-5</p> </div> <div data-bbox="359 707 1295 777" data-label="Text"> <p>5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</p> </div> <div data-bbox="359 779 1295 851" data-label="Text"> <p>Как фирменный стиль может способствовать формированию лояльности клиентов в гостиничном бизнесе?</p> </div> <div data-bbox="359 853 1295 994" data-label="Text"> <p>Ответ: Уникальный и запоминающийся фирменный стиль создает эмоциональную связь с брендом, формирует доверие и положительное впечатление, что способствует возвращению клиентов и повышению их лояльности.</p> </div> | |
|--|---|--|