

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

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель образовательной программы

доц.,к.э.н.,доц.

(должность, уч. степень, звание)

С.В. Шепелева

(инициалы, фамилия)

(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

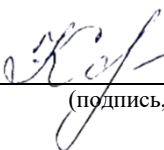
Код направления подготовки/ специальности	43.03.03
Наименование направления подготовки/ специальности	Гостиничное дело
Наименование направленности/ специализации	Организация гостиничных услуг
Форма обучения	заочная
Год приема	2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.ф.н.

(должность, уч. степень, звание)



09.02.2026

(подпись, дата)

А.А. Карцева

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф.

(уч. степень, звание)



10.02.2026

(подпись, дата)

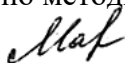
К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

ст. преподаватель

(должность, уч. степень, звание)



10.02.2026

(подпись, дата)

М.Б. Капелюш

(инициалы, фамилия)

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/специализации «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-6 «Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам сервиса»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и практическими аспектами управления имиджем и репутацией гостиничных предприятий: сущность и структура имиджа и репутации, их роль в конкурентоспособности гостиничного предприятия, технологии формирования и коррекции имиджа, управление репутационными рисками, работа с отзывами и социальными сетями, кризисные коммуникации, управление лояльностью потребителей, взаимодействие с заинтересованными сторонами, оценка эффективности репутационных стратегий, проектирование имиджевых концепций гостиничных предприятий.

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 (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление имиджем и репутацией гостиничных предприятий» является формирование у обучающихся системы знаний, умений и практических навыков в области формирования, управления и оценки имиджа и репутации гостиничных предприятий, необходимых для эффективного партнерского взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами, организации продвижения гостиничных услуг и управления репутационными рисками. Дисциплина направлена на решение следующих задач:

- освоение теоретических основ имиджа и репутации, понимание их сущности, структуры и роли в гостиничном бизнесе;
- изучение технологий формирования и коррекции имиджа гостиничного предприятия с учётом технологических новаций;
- формирование знаний об управлении репутационными рисками и кризисными коммуникациями;
- развитие умений работать с отзывами и социальными сетями для управления репутацией;
- приобретение навыков взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами – представителями разных культур;
- изучение методов оценки эффективности репутационных стратегий;
- формирование компетенций по разработке и внедрению корпоративных стандартов и регламентов, направленных на укрепление имиджа и репутации;
- развитие навыков проектирования имиджевых концепций гостиничных предприятий.

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-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

		ПК-5.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-6 Способен обеспечить формирование и внедрение корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания, соответствия отраслевым стандартам сервиса	ПК-6.3.2 знать методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами - представителями разных культур

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- Маркетинг в профессиональной деятельности;
- Менеджмент в профессиональной деятельности;
- Социальная психология;
- Деловые коммуникации;
- Сервисная деятельность;
- Культурология;
- Организация гостиничной деятельности.

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

- Интернет-маркетинг;
- Инновации в гостиничном деле;
- Проектирование гостиничной деятельности;
- Производственная сервисная практика;
- Производственная преддипломная практика;
- Государственная итоговая аттестация.

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)	4/ 144	4/ 144
Из них часов практической подготовки	8	8
Аудиторные занятия, всего час.	14	14
в том числе:		
лекции (Л), (час)	6	6
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	8	8
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	9	9
Самостоятельная работа, всего (час)	121	121
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Экз.,	Экз.,

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/КР (час)	СР (час)
Семестр 5					
Раздел 1. Теоретические основы имиджа и репутации в гостиничном бизнесе	1	1	—	—	24
Тема 1.1. Понятие, сущность и структура имиджа и репутации. Роль в гостиничном бизнесе.	1	1	—	—	12
Тема 1.2. Факторы формирования имиджа гостиничного предприятия. Внутренний и внешний имидж.	—	—	—	—	12
Раздел 2. Технологии управления имиджем гостиницы	1	2	—	—	25
Тема 2.1. Этапы и инструменты формирования имиджа гостиницы.	1	1	—	—	12
Тема 2.2. Корпоративный имидж и бренд гостиницы. Легенда гостиницы.	—	1	—	—	13
Раздел 3. Управление репутацией и репутационные риски	1	2	—	—	25
Тема 3.1. Репутационные риски в гостиничном бизнесе и их управление. Мониторинг репутации.	1	1	—	—	12
Тема 3.2. Кризисные коммуникации в гостинице: стратегии и тактики.	—	1	—	—	13
Раздел 4. Работа с отзывами и социальными сетями	1	1	—	—	24
Тема 4.1. Отзывы как инструмент управления репутацией гостиницы. Работа с негативными отзывами.	1	1	—	—	12
Тема 4.2. Управление репутацией в социальных сетях и на онлайн-платформах (Booking, Tripadvisor).	—	—	—	—	12

Раздел 5. Оценка эффективности и проектирование имиджевых стратегий	2	2	—	—	23
Тема 5.1. Методы оценки эффективности репутационных стратегий гостиницы.	1	1	—	—	11
Тема 5.2. Разработка и проектирование имиджевой концепции гостиничного предприятия.	1	1	—	—	12
Итого в семестре:	6	8	—	—	121
Итого	6	8	0	0	121

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
Раздел 1	Теоретические основы имиджа и репутации в гостиничном бизнесе
Тема 1.1	Понятие, сущность и структура имиджа и репутации. Соотношение понятий «имидж», «репутация», «бренд», «легенда». Компоненты имиджа гостиницы: визуальный (экстерьер, интерьер, фирменный стиль), коммуникативный, поведенческий (сервис, культура обслуживания), корпоративный. Функции имиджа в гостиничном бизнесе. Репутация как нематериальный актив. Роль имиджа и репутации в конкурентоспособности гостиницы.
Раздел 2	Технологии управления имиджем гостиницы
Тема 2.1	Формирование имиджа гостиницы: этапы (анализ, целеполагание, разработка концепции, внедрение, оценка). Инструменты формирования имиджа: реклама, PR, визуализация, корпоративная культура. Технологические новации в формировании имиджа: цифровые инструменты, виртуальные туры, мобильные приложения. Каналы трансляции имиджа. Корпоративный имидж и бренд гостиницы. Внутренний имидж (восприятие сотрудниками) и внешний имидж (восприятие гостями и партнёрами). Легенда гостиницы как элемент имиджа.
Раздел 3	Управление репутацией и репутационные риски
Тема 3.1	Репутационные риски в гостиничном бизнесе и их управление. Типы репутационных рисков: операционные (сбои в обслуживании), финансовые, социальные, информационные. Мониторинг репутации: инструменты и методы (медиа-мониторинг, анализ отзывов, социальные сети). Прогнозирование рисков. Кризисные коммуникации в гостинице: стратегии и тактики. Типы кризисов (информационные, операционные). Этапы управления кризисом. Коммуникационные стратегии в кризисной ситуации. Посткризисное восстановление репутации.
Раздел 4	Работа с отзывами и социальными сетями

Тема 4.1	Отзывы как инструмент управления репутацией гостиницы. Виды отзывов: положительные, нейтральные, негативные. Стратегии работы с негативными отзывами: алгоритм ответа, эмпатия, предложение решения. Работа с площадками отзывов (Booking, Tripadvisor, Яндекс.Карты, 2ГИС). Управление репутацией в социальных сетях и на онлайн-платформах. SMM как инструмент формирования и поддержания репутации. Мониторинг упоминаний. Работа с блогерами и лидерами мнений.
Раздел 5	Оценка эффективности и проектирование имиджевых стратегий
Тема 5.1, Тема 5.2	Методы оценки эффективности репутационных стратегий гостиницы. Количественные и качественные показатели. Индекс репутации. Методика оценки репутации по шкале. Анализ лояльности гостей (NPS). ROI репутационных инвестиций. Проектирование имиджевой концепции гостиничного предприятия. Этапы проектирования: аудит текущего имиджа и репутации, целеполагание, выбор инструментов, реализация, мониторинг и оценка. Интеграция имиджевой стратегии в общую стратегию развития гостиницы. Формирование корпоративных стандартов и регламентов, направленных на укрепление имиджа и репутации.

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	Анализ имиджа и репутации гостиничных предприятий (кейсы).	Семинар-дискуссия	1	1	1
2	Разработка концепции имиджа для гостиницы.	Групповая работа (проект)	1	1	2
3	Ролевая игра «Кризисная коммуникация в гостинице».	Ролевая игра	1	1	3
4	Разработка стратегии работы с негативными отзывами (кейс).	Практическое занятие (кейс-стади)	1	1	4
5	Анализ репутации гостиницы в социальных сетях (практическое задание).	Практическое занятие (аналитическое)	1	1	4

6	Оценка эффективности репутационных стратегий гостиницы (расчёт показателей).	Практическое занятие (расчётное)	1	1	5
7	Разработка фрагмента имиджевой концепции гостиничного предприятия.	Проектная работа (групповая)	1	1	5
8	Разработка корпоративных стандартов обслуживания, направленных на укрепление имиджа.	Практическое занятие (проектное)	1	1	5
Всего			8	8	

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. Выполнение курсового проекта/ 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)	45	45
Курсовое проектирование (КП, КР)	—	—
Расчетно-графические задания (РГЗ)	—	—
Выполнение реферата (Р)	25	25
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	20	20
Домашнее задание (ДЗ)	15	15

Контрольные работы заочников (КРЗ)	8	8
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	8	8
Всего:	121	121

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

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)
URL: https://znanium.com/ Режим доступа: по подписке	Тульчинский, Г. Л. Бренддинг и управление репутацией в гостиничном бизнесе : учебник / Г. Л. Тульчинский. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 340 с.	
URL: https://urait.ru/bcode/568390 Режим доступа: по подписке	Иванова, Е. А. Управление репутацией гостиничных предприятий : учебное пособие / Е. А. Иванова. – Москва : Юрайт, 2026. – 280 с.	
URL: https://znanium.com/ Режим доступа: по подписке	Федотова, Л. Н. PR и управление репутацией в индустрии гостеприимства : учебник / Л. Н. Федотова. – М. : КНОРУС, 2022. – 310 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://pro.guap.ru/	Элементы электронного курса по дисциплине размещены внутри ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»

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
1	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/ разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4	LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)
5	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)
6	VLC mediaplayer (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)

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
	Электронные библиотечные ресурсы и системы
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
	Информационные и справочно-правовые системы
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП
	Современные профессиональные базы данных
1.	Журнал «Современный отель» (https://ru.hotel.report/), свободный доступ
2.	Журнал «Ресторановедъ» (https://restoranoved.ru/articles/marina-naumova-dolzheny-ostavatsya-shefy-kotorye-budut-vesti-tradiczii-i-kulturu-svoej-strany/), свободный доступ
3.	Журнал «Санаторно-курортная отрасль» (https://sko-online.ru/), свободный доступ

4.	Hotelier.PRO — онлайн-журнал для профессионалов отельного бизнеса и специалистов гостиничной индустрии, занимающихся управлением (https://hotelier.pro/), свободный доступ
5.	Welcome Times — сетевое издание для отельеров, рестораторов, топ-менеджеров гостиничного бизнеса и специалистов в сфере HoReCa (https://welcometimes.ru/), свободный доступ
6.	HoReCa Magazine — ежедневный деловой интернет-журнал для всех участников рынка индустрии гостеприимства и питания. Журнал охватывает все аспекты работы в гостиницах и ресторанах (https://www.horeca-magazine.ru/), свободный доступ
7.	Frontdesk.ru — интернет-портал, индустрии гостеприимства в России и странах СНГ (https://www.frontdesk.ru/), свободный доступ
8.	Hotel.Report — информационно-аналитический портал для профессионалов гостиничного бизнеса и туристической индустрии (https://ru.hotel.report/), свободный доступ

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 занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2	Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
3	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	

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; Тесты.

Примечание: *экзаменационные билеты формируются на основе вопросов и задач таблицы 15.

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	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.
«хорошо» «зачтено»	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. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно» «зачтено»	– 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. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– 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. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

Примечание: ** по решению кафедры процент правильно выполненных тестовых заданий может быть изменен.

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	Понятие, сущность и структура имиджа и репутации в гостиничном бизнесе.	ПК-3.3.1
2	Соотношение понятий «имидж», «репутация», «бренд», «легенда».	ПК-3.3.1
3	Роль имиджа и репутации в конкурентоспособности гостиничного предприятия.	ПК-3.3.1
4	Факторы, влияющие на формирование имиджа гостиницы.	ПК-3.3.1
5	Компоненты имиджа гостиницы: визуальный, коммуникативный, поведенческий, корпоративный.	ПК-3.3.1
6	Этапы формирования имиджа гостиничного предприятия.	ПК-3.3.1, ПК-5.3.1
7	Инструменты формирования имиджа гостиницы: реклама, PR, визуализация.	ПК-3.3.1
8	Корпоративный имидж и бренд гостиницы. Внутренний и внешний имидж.	ПК-3.3.1
9	Технологические новации в формировании имиджа гостиницы (виртуальные туры, мобильные приложения).	ПК-3.3.1
10	Репутационные риски в гостиничном бизнесе: типы и методы управления.	ПК-3.3.1, ПК-6.3.2
11	Мониторинг репутации гостиницы: инструменты и методы.	ПК-6.3.2
12	Кризисные коммуникации в гостинице: стратегии и тактики.	ПК-3.3.1, ПК-6.3.2
13	Этапы управления кризисной ситуацией в гостиничном предприятии.	ПК-3.3.1
14	Отзывы как инструмент управления репутацией гостиницы.	ПК-6.3.2
15	Стратегии работы с негативными отзывами в гостиничном бизнесе.	ПК-6.3.2
16	Управление репутацией в социальных сетях и на онлайн-платформах (Booking, Tripadvisor).	ПК-6.3.2
17	Методы оценки эффективности репутационных стратегий гостиницы.	ПК-3.3.1
18	Индекс репутации и методика его расчёта.	ПК-3.3.1
19	NPS (Net Promoter Score) как показатель лояльности гостей.	ПК-3.3.1
20	Разработка и проектирование имиджевой концепции гостиничного предприятия.	ПК-5.3.1, ПК-5.В.1
21	Законодательство Российской Федерации, регулирующее репутационную деятельность гостиничного предприятия.	ПК-3.3.2
22	Корпоративные стандарты и регламенты, направленные на укрепление имиджа и репутации гостиницы.	ПК-5.В.1, ПК-6.3.2
23	Легенда гостиницы как элемент имиджа.	ПК-3.3.1
24	Взаимодействие с потребителями – представителями разных культур в управлении репутацией.	ПК-6.3.2
25	Работа с площадками отзывов (Booking, Tripadvisor, Яндекс.Карты, 2ГИС).	ПК-6.3.2
26	SMM как инструмент формирования и поддержания репутации гостиницы.	ПК-3.3.1
27	Работа с блогерами и лидерами мнений в гостиничном бизнесе.	ПК-3.3.1
28	Посткризисное восстановление репутации гостиницы.	ПК-3.3.1

29	Проектирование корпоративных стандартов обслуживания для укрепления имиджа гостиницы.	ПК-5.В.1
30	Оценка эффективности репутационных мероприятий (ROI).	ПК-3.3.1
31	Влияние качества обслуживания на имидж и репутацию гостиницы.	ПК-3.3.1
32	Формирование корпоративной культуры как основы внутреннего имиджа.	ПК-5.3.1
33	Учёт культурных особенностей гостей при формировании имиджа гостиницы.	ПК-6.3.2
34	Разработка бренда гостиницы как элемента имиджевой стратегии.	ПК-5.В.1
35	Оценка репутационных рисков при внедрении технологических новаций.	ПК-3.3.1
36	Визуальные средства формирования имиджа гостиницы (экстерьер, интерьер, фирменный стиль).	ПК-3.3.1
37	Коммуникационные стратегии в кризисной ситуации в гостинице.	ПК-3.3.1
38	Разработка плана антикризисных коммуникаций для гостиницы.	ПК-5.В.1
39	Анализ репутации гостиницы на основе отзывов гостей.	ПК-6.3.2
40	Проектирование концепции имиджа для гостиницы с учётом целевой аудитории.	ПК-5.В.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 выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

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

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ 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	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какое понятие обозначает сложившийся в общественном сознании эмоционально окрашенный образ гостиничного предприятия, формируемый целенаправленно? а) Репутация б) Имидж в) Бренд г) Легенда 2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие компоненты входят в структуру имиджа гостиничного	ПК-3.3.1 ПК-3.3.2

	предприятия? a) Визуальный компонент b) Коммуникативный компонент c) Финансовый компонент d) Поведенческий компонент 3. Прочитайте текст и соотнесите понятия с их определениями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC. <table><tr><td>Понятие</td><td>Определение</td></tr><tr><td>A) Имидж</td><td>1) Оценка деятельности гостиницы общественностью</td></tr><tr><td>B) Репутация</td><td>2) Целенаправленно создаваемый образ гостиницы</td></tr><tr><td>C) Бренд</td><td>3) Совокупность уникальных характеристик, идентифицирующих гостиницу</td></tr><tr><td>D) Легенда</td><td>4) История гостиницы, формирующая её уникальность</td></tr></table> 4. Прочитайте текст и установите последовательность этапов формирования имиджа гостиницы. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) Разработка концепции имиджа 2) Анализ текущего состояния и целевой аудитории 3) Внедрение и мониторинг 4) Постановка целей и задач 5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Почему имидж и репутация являются важными нематериальными активами гостиничного предприятия? Приведите аргументы и примеры.	Понятие	Определение	A) Имидж	1) Оценка деятельности гостиницы общественностью	B) Репутация	2) Целенаправленно создаваемый образ гостиницы	C) Бренд	3) Совокупность уникальных характеристик, идентифицирующих гостиницу	D) Легенда	4) История гостиницы, формирующая её уникальность	
Понятие	Определение											
A) Имидж	1) Оценка деятельности гостиницы общественностью											
B) Репутация	2) Целенаправленно создаваемый образ гостиницы											
C) Бренд	3) Совокупность уникальных характеристик, идентифицирующих гостиницу											
D) Легенда	4) История гостиницы, формирующая её уникальность											
2	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой инструмент формирования имиджа гостиницы предполагает использование публикаций в СМИ, пресс-релизов и специальных событий? a) Реклама b) PR (паблик рилейшнз) c) Визуализация d) Стимулирование сбыта 2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие элементы относятся к корпоративному имиджу гостиницы? a) Фирменный стиль b) Корпоративная культура	ПК-5.3.1 ПК-5.B.1										

	с) Финансовые показатели д) Миссия и ценности компании 3. Прочитайте текст и соотнесите типы имиджа с их характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АВС. <table><tr><th>Тип имиджа</th><th>Характеристика</th></tr><tr><td>А) Внутренний</td><td>1) Восприятие гостиницы внешней средой</td></tr><tr><td>В) Внешний</td><td>2) Восприятие гостиницы сотрудниками</td></tr><tr><td>С) Корпоративный</td><td>3) Совокупность всех аспектов имиджа</td></tr><tr><td>Д) Имидж руководителя</td><td>4) Восприятие личных качеств генерального менеджера</td></tr></table> 4. Прочитайте текст и установите последовательность шагов при разработке концепции имиджа гостиницы. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) Определение целевой аудитории гостей 2) Разработка ключевых сообщений 3) Формулировка миссии и ценностей гостиницы 4) Создание визуального и коммуникационного стиля 5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Опишите процесс формирования корпоративного имиджа гостиничного предприятия. Какие этапы и инструменты являются наиболее важными?	Тип имиджа	Характеристика	А) Внутренний	1) Восприятие гостиницы внешней средой	В) Внешний	2) Восприятие гостиницы сотрудниками	С) Корпоративный	3) Совокупность всех аспектов имиджа	Д) Имидж руководителя	4) Восприятие личных качеств генерального менеджера	
Тип имиджа	Характеристика											
А) Внутренний	1) Восприятие гостиницы внешней средой											
В) Внешний	2) Восприятие гостиницы сотрудниками											
С) Корпоративный	3) Совокупность всех аспектов имиджа											
Д) Имидж руководителя	4) Восприятие личных качеств генерального менеджера											
3	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой тип репутационного риска в гостинице связан с некачественным обслуживанием гостей? а) Финансовый риск б) Операционный риск с) Информационный риск д) Социальный риск 2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие методы мониторинга репутации используются в гостиничном бизнесе? а) Медиа-мониторинг б) Анализ отзывов гостей с) Мониторинг социальных сетей д) Финансовый аудит 3. Прочитайте текст и соотнесите этапы управления кризисом в гостинице с их содержанием. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.	ПК-6.3.2										

Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам АВС.		
Этап	Содержание	
А) Диагностика	1) Восстановление доверия гостей	
В) Реагирование	2) Выявление признаков кризиса	
С) Посткризисный	3) Реализация коммуникационных мер	
Д) Восстановление	4) Оценка ущерба и коррекция стратегии	
4. Прочитайте текст и установите последовательность действий при работе с негативной информацией о гостинице в социальных сетях. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1) Оценить масштаб и достоверность информации 2) Подготовить и опубликовать официальный ответ 3) Провести мониторинг последствий 4) Разработать стратегию нейтрализации 5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Какие стратегии управления репутационными рисками могут быть применены в гостиничном предприятии? Приведите примеры из практики.		

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

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
1	Анализ имиджа и репутации гостиничного предприятия (на примере)
2	Разработка стратегии управления репутацией гостиницы в цифровой среде
3	Управление репутационными рисками в гостиничном бизнесе
4	Работа с негативными отзывами как инструмент управления репутацией гостиницы
5	Разработка кризисного коммуникационного плана для гостиничного предприятия
6	Управление репутацией гостиницы в социальных сетях
7	Оценка эффективности репутационных стратегий гостиничного предприятия
8	Формирование корпоративного имиджа гостиницы: этапы и инструменты
9	Проектирование имиджевой концепции гостиничного предприятия
10	Разработка корпоративных стандартов обслуживания для укрепления имиджа гостиницы

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 курс дисциплины «Управление имиджем и репутацией гостиничных предприятий» направлен на формирование у студентов системных знаний о теоретических и практических аспектах управления репутацией и имиджем в гостиничном бизнесе. Лекции проводятся с использованием мультимедийных презентаций, демонстрацией кейсов из практики гостиничных предприятий, анализом реальных репутационных стратегий, видео-материалами кризисных коммуникаций.

Рекомендации студентам:

Перед каждой лекцией ознакомьтесь с планом занятия и базовыми понятиями (имидж, репутация, бренд, кризисные коммуникации, отзывы, NPS) по рекомендованной литературе.

Ведите конспект: фиксируйте определения, классификации, этапы управления репутацией, инструменты и примеры из практики гостиничных предприятий.

Обращайте внимание на практические кейсы: как гостиницы реагируют на кризисы, как работают с негативными отзывами, как формируют имидж.

После лекции дополните конспект, используя материалы из ЭИОС ГУАП, где размещены презентации и дополнительные тексты.

Вопросы, вызвавшие затруднения, записывайте для обсуждения на практических занятиях.

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 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 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 обучающимися 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.

Практические занятия проводятся в форме семинаров-дискуссий, аналитических работ, ролевых игр, деловых игр и проектных заданий. Их цель – закрепить теоретические знания и сформировать практические навыки управления имиджем и репутацией гостиничных предприятий.

Рекомендации студентам:

- Заблаговременно ознакомьтесь с планом практического занятия и списком источников для подготовки.
- Для аналитических заданий (анализ имиджа гостиницы, оценка репутации) используйте реальные данные из открытых источников (сайты гостиниц, соцсети, отзывы на Booking, Tripadvisor).
- При подготовке к ролевым играм («Кризисная коммуникация в гостинице») продумайте сценарий, возможные вопросы и аргументы, варианты решений.
- В ходе проектных заданий (разработка имиджевой концепции) используйте реальные примеры, стремитесь к практической применимости.
- При разработке корпоративных стандартов обслуживания учитывайте требования отраслевых стандартов и технологические новации.

Требования к проведению практических занятий:

- Занятия проводятся в аудиториях, оснащённых мультимедийным оборудованием.
- Для работы с отзывами и мониторингом необходим доступ к интернету.
- Результаты проектных работ оформляются в виде отчётов и презентаций.

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ *Учебным планом не предусмотрено.*

11.5. Методические указания для обучающихся по выполнению курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено.

11.6. 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.

В процессе выполнения самостоятельной работы у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет ему 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;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Контрольная работа является обязательным элементом самостоятельной работы для обучающихся заочной формы обучения и направлена на закрепление теоретических знаний и формирование практических навыков управления имиджем и репутацией гостиничных предприятий.

Рекомендации по выполнению контрольной работы:

- Выберите тему из таблицы 19 РПД, согласовав её с преподавателем.
- Изучите теоретический материал по выбранной теме, используя рекомендованную литературу и электронные ресурсы.
- Проведите анализ практических примеров из деятельности реальных гостиничных предприятий (сайты, отзывы, социальные сети, публикации в СМИ).
- Структура контрольной работы: введение, основная часть (2–3 параграфа), заключение, список использованных источников.
- Объём контрольной работы – 10–15 страниц печатного текста, шрифт Times New Roman 14, интервал 1,5.
- Оформление работы должно соответствовать требованиям ГОСТ.
- Контрольная работа сдаётся на проверку не позднее установленного срока.
- Результаты контрольной работы учитываются при проведении экзамена.

11.7. 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.

Текущий контроль осуществляется на протяжении семестра и включает:

- Устные опросы на практических занятиях.
- Проверка реферата и домашних заданий.
- Тестирование – по разделам.
- Оценка участия в ролевых играх и групповых проектах.
- Проверка контрольной работы (для заочной формы обучения).

Рекомендации студентам:

- Регулярно посещайте занятия и активно участвуйте.
- Сдавайте работы в срок.
- Результаты текущего контроля учитываются при допуске к экзамену.

11.8. 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».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые прошли текущий контроль успеваемости, выполнили и защитили все практические работы.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы 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