

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.05.2026 15:47:26
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ И МЕДИА-СТРАТЕГИИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

УПРАВЛЕНИЕ ГОСТИНИЧНЫМ КОМПЛЕКСОМ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Управление брендом и медиа-стратегии в индустрии гостеприимства» входит в программу магистратуры «Управление гостиничным комплексом» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса. Дисциплина состоит из 5 разделов и 7 тем и направлена на изучение технологий и инструментов бренд-менеджмента; теоретических аспектов и методических приёмов бренд-менеджмента; современных информационных и коммуникационных технологий брендинга; влияния брендинга на реализацию стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятия индустрии гостеприимства.

Целью освоения дисциплины является освоение обучающимися теоретических аспектов бренд-менеджмента, технологий и инструментария бренд-менеджмента, изучение примеров продвижения и управления формированием и развитием брендов в индустрии гостеприимства; формирование и развитие навыков в области брендинга в индустрии гостеприимства.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Управление брендом и медиа-стратегии в индустрии гостеприимства» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; УК-2.4 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2 Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; УК-4.3 Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках; УК-4.4 Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; УК-4.5 Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативноречевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки; УК-4.6 Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		с потребностями совместной деятельности;
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты	ОПК-5.1 Способен разработать план научного исследования в области менеджмента на основе оценки и обобщения результатов научных трудов отечественных и зарубежных ученых; ОПК-5.2 Использует современные методы, технологии и инструменты сбора информации, ее обработки и критической оценки результатов научных исследований в менеджменте; ОПК-5.3 Обладает навыками обобщения и формулирования выводов, разработки рекомендаций по результатам научного исследования в области менеджмента; ОПК-5.4 Участвует в реализации научно-исследовательских проектов в области менеджмента и смежных отраслей;
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность	ОПК-6.1 Владеет цифровыми технологиями для успешного решения профессиональных задач; ОПК-6.2 Способен работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность; ОПК-6.3 Умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач;
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать стратегии развития гостиничного комплекса	ПК-2.1 Способен формировать конкурентоспособную стратегию развития гостиничного комплекса; ПК-2.2 Способен реализовывать стратегию развития гостиничного комплекса, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих его устойчивое развитие; ПК-2.3 Способен проводить оценку эффективности реализации стратегии развития гостиничного комплекса;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Управление брендом и медиа-стратегии в индустрии гостеприимства» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Управление брендом и медиа-стратегии в индустрии гостеприимства».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия		Научно -исследовательская работа; Проектно-технологическая практика; Преддипломная практика; Практика по профилю профессиональной деятельности; Иностранный язык; Русский язык как иностранный; <i>Иностранный язык в</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
			<i>профессиональной деятельности**;</i> Проектирование и эксплуатация предприятий индустрии гостеприимства; <i>Русский язык в профессиональной деятельности**;</i>
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Проектно-технологическая практика; Преддипломная практика; Практика по профилю профессиональной деятельности; <i>Управление F&B**;</i> <i>Аналитика данных и методология исследований в гостиничном бизнесе**;</i> Стратегия продаж и ценообразования в индустрии гостеприимства; Финансовый менеджмент в гостинично-ресторанном комплексе;
ОПК-6	Способен критически оценивать возможности цифровых технологий для решения профессиональных задач, работать с цифровыми данными, оценивать их источники и релевантность		Преддипломная практика; Практика по профилю профессиональной деятельности; Agile и гибридные методы управления проектами в индустрии гостеприимства; Продвинутый Excel;
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты		<i>Иностранный язык в профессиональной деятельности**;</i> Управление ресурсами департаментов гостинично-ресторанного комплекса; Моделирование и оптимизация бизнес-процессов сферы гостеприимства; Проектирование и эксплуатация предприятий индустрии гостеприимства; Финансовый менеджмент в гостинично-ресторанном комплексе; <i>Русский язык в профессиональной деятельности**;</i> Научно -исследовательская работа; Преддипломная практика;
ПК-2	Способен разрабатывать и реализовывать стратегии		<i>Научно -исследовательская работа;</i>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	развития гостиничного комплекса		<i>Преддипломная практика; Проектно-технологическая практика; Практика по профилю профессиональной деятельности; Проектирование и эксплуатация предприятий индустрии гостеприимства; Цифровые технологии и цифровая трансформация в индустрии гостеприимства**; Инвестиции и оценка инвестиций в гостиничный бизнес**; Управления персоналом в сфере гостеприимства**; Управление безопасностью в гостиничном бизнесе**;</i>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Управление брендом и медиа-стратегии в индустрии гостеприимства» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	32		32
Лекции (ЛК)	16		16
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	16		16
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	31		31
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Понятие бренда и сущность бренд-менеджмента в индустрии гостеприимства.	1.1	История брендинга.	Подходы к понятию «бренд». Основные характеристики бренда. Функции бренда. Классификации брендов.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Проектирование бренда в индустрии гостеприимства.	2.1	Технологии рождения бренда.	Инструменты создания бренда.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Продвижение бренда в индустрии гостеприимства. Медиастратегии.	3.1	Позиционирование бренда.	Инструменты продвижения бренда. Медиастратегии.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Потребительский выбор как основа бренд-менеджмента в индустрии гостеприимства.	4.1	Воздействие брендинга на потребителей.	Эмоциональное воздействие и формирование доверия. Поведенческое воздействие. Социальное воздействие. Бренд как маркер идентичности	ЛК, СЗ
		4.2	Потребительское поведение и брендинг.	Теоретические модели связи бренда и поведения. Факторы потребительского поведения, влияющие на брендинг. Измерение эффективности брендинга через поведение.	ЛК, СЗ
		4.3	Формирование лояльности к бренду.	Развитие программ лояльности.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Стратегический бренд-менеджмент в индустрии гостеприимства.	5.1	Концепции и стратегии управления брендом.	Эволюция концепций бренд-менеджмента. Основные стратегии управления брендом. Современные стратегические приоритеты для гостеприимства.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft, Гарант, Консультант Плюс, Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft, Гарант, Консультант Плюс, Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft, Гарант, Консультант Плюс, Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511517>

2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511493>

3. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебник для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585199>

Дополнительная литература:

1. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент: учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. — Москва: Юнити-Дана, 2017. — 656 с.: ил., табл., схем. — Режим

доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685109>

2. Давыденко, Е.А. Маркетинг в информационном обществе=MARKETING IN THE INFORMATION SOCIETY: учебное пособие / Е.А. Давыденко, М.А. Евневич. - Москва: Креативная экономика, 2018. - 169 с.: табл., граф., схем., ил. - Библиогр. в кнБиблиогр.: с. - ISBN 978-5-91292-228-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498917>

3. Захарова, И.А. Практика управления бренд-активом в организациях=PRACTICE OF BRAND-ASSET MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS: монография / И.А. Захарова. - Москва: Креативная экономика, 2018. - 160 с.: табл., граф., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-91292-225-1; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499155>

4. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм: учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 1071 с.: табл., граф., ил, схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885>

5. Макашев, М. О. Бренд: учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 208 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684513>

6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.]; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва: Дашков и К°, 2021. – 433 с.: табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314>

7. Цветкова, Г.С. Рекламный менеджмент: учебное пособие / Г.С. Цветкова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный технологический университет». - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. - 108 с.: ил. - Библиогр.: с. 99 - 101. - ISBN 978-5-8158-1998-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Управление брендом и медиа-стратегии в индустрии гостеприимства».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Чистяков Денис Игоревич

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Горяинов Константин

Станиславович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Директор

Должность, БУП

Подпись

Островская Анна

Александровна

Фамилия И.О.