

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.05.2024 15:34:22
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ГОСТИНИЧНЫЕ СЕТИ: УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДОМ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

43.03.03 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Международные гостиничные сети: управление брендом» входит в программу бакалавриата «Международный ресторанный бизнес» по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса. Дисциплина состоит из 6 разделов и 12 тем и направлена на изучение понятия, сущности и особенностей гостиничных сетей; понятия, сущности интернет-продвижению услуг предприятий в структуре гостиничных сетей; методов применения международного опыта при управлении предприятиями структуры гостиничных сетей.

Целью освоения дисциплины является формирование профессиональных компетенций в области сетевого гостиничного бизнеса. Данный курс помогает системно и всесторонне изложить вопросы современной организации таких сложных интеграционных образований, какими являются гостиничные сети.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Международные гостиничные сети: управление брендом» 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-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.6 Участвует в командной работе по выполнению поручений;
ПК-10	Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций сферы гостеприимства	ПК-10.1 Вырабатывает управленческие решения на базе объективных результатов анализа отечественного и международного опыта деятельности организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания;
ПК-9	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	ПК-9.1 Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания; ПК-9.2 Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет; ПК-9.3 Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства и общественного питания;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Международные гостиничные сети: управление брендом» 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 «Международные гостиничные сети: управление брендом».

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-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Учебная практика; Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы;	
ПК-10	Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций сферы гостеприимства	Межкультурные коммуникации на иностранном языке; Международная барная индустрия, сервис вина и напитков; Международные стандарты и управление качеством услуг; Международные кулинарные концепции; Производственная практика;	Преддипломная практика;
ПК-9	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Маркетинг организаций профессиональной сферы; Технологии продвижения и продаж продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса; Международная барная индустрия, сервис вина и напитков; Международные кулинарные концепции; Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере; Программное обеспечение и автоматизация в профессиональной сфере; Технологии и практика программирования на языке Python для гуманитарных специальностей;	Преддипломная практика;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Международные гостиничные сети: управление брендом» составляет «3» 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)
			7
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	47		47
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27		27
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

Общая трудоемкость дисциплины «Международные гостиничные сети: управление брендом» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			9
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	38		38
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36		36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Методические подходы к изучению системы гостеприимства.	1.1	Общие понятия в гостиничной индустрии.	ЛК, СЗ
Раздел 2	История развития и формирования гостиничной индустрии.	2.1	История развития гостиничных цепей Европы.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Современное состояние международных гостиничных цепей.	3.1	Современное состояние Европейских гостиничных цепей.	ЛК, СЗ
		3.2	Современное состояние Американских гостиничных цепей.	ЛК, СЗ
		3.3	Современное состояние Азиатских гостиничных цепей.	ЛК, СЗ
		3.4	Современное состояние Африканских гостиничных цепей.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Основные мировые бренда гостиничные цепи.	4.1	Hilton Hotels Corp. Radisson Blu Hotels & Resorts (SAS). Azimut Hotel. Marriott. International. Holiday Inn. Forte Hotel Group.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Перспективы развития гостиничных цепей.	5.1	Влияние и перспективы гостиничных объединений.	ЛК, СЗ
		5.2	Тенденции развития гостиничного бизнеса.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Формирование и развитие гостиничных корпораций в России как перспектива развития гостиничного рынка страны.	6.1	Особенности современного состояния гостиничного рынка России.	ЛК, СЗ
		6.2	Современное состояние и перспективы развития международных гостиничных корпораций в России.	ЛК, СЗ
		6.3	Формирование национальных гостиничных сетей в России.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – 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.	Учебно-тренинговая лаборатория «Гостиничный номер» 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	Учебно-тренинговая лаборатория «Гостиничный номер»

	контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	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.	Учебно-тренинговая лаборатория «Гостиничный номер» 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. 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>

2. Ефремова, М. В. Управление качеством гостиничных услуг: учебник и практикум для вузов / М. В. Ефремова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12253-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518272>

Дополнительная литература:

1. Амосова, Галия Михайловна. Развитие международных гостиничных сетей: современные особенности и перспективы: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.14 / Амосова Галия Михайловна; [Место защиты: С.-Петерб. гос. экон. ун-т]. - Санкт-Петербург, 2013. - 17 с. *Мировая экономика Экономика. Экономические науки - Мировая экономика -- Жилищно-коммунальное хозяйство – Гостиницы международные гостиничные сети* FB 9 13-4/4199

2. Антонова, Н.В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения: монография / Н.В. Антонова, О.И. Патоша; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский университет. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. - 209 с.: табл., граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7598-1588-4 (в пер.). - ISBN 978-5-7598-1676-8 (e-book); [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486382>

3. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 339 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536175>

4. Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе: учебное пособие: [16+] / И.В. Мишурова, Е.Н. Бандурина, О.В. Гудикова и др.; под ред. И.В. Мишуровой; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Факультет Менеджмента и предпринимательства. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 332 с.: табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567420>. – Библиогр.: с. 325-330. – ISBN 978-5-7972-2411-2. – Текст: электронный.

5. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-

5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533003>

6. Сухов, Р.И. Гостиничное хозяйство международных туристских направлений: учебник / Р.И. Сухов; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. - 196 с.: схем., табл. - Библиогр.: с. 162. - ISBN 978-5-9275-2191-3; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493320>

7. Формирование бренда предприятия: учебное пособие / О.В. Бондарская, Т.А. Бондарская, Р.Г. Гучетль, Л.Г. Попова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов: Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2017. - 214 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-8265-1704-8; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499002>

8. Чаплина, А.Н. Стратегическое развитие предприятий гостиничных услуг на основе репутационного потенциала: монография / А.Н. Чаплина, Е.А. Герасимова, А.П. Шатрова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск: СФУ, 2016. - 159 с.: ил. - Библиогр.: с. 97 - 107. - ISBN 978-5-7638-3480-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=497030>

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

<http://lib.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 «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Международные гостиничные сети: управление брендом».

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

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины

«Международные гостиничные сети: управление брендом» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Нагуманова Инна

Ивановна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Гернеший Василий

Васильевич

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Маврина Нелли

Федоровна

Фамилия И.О.