МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«17» 06 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТЕПРИИМСТВА

Направление подготовки	43.03.03 Гостиничное дело
Направленность (профиль) программы	Организация и управление в гостиничном и ресторанном бизнесе
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель(и):
_____/ к.п.н., доцент Руглова Л.В.

Санкт-Петербург
2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины
7.2. Организация самостоятельной работы
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: сформировать у обучающихся целостное представление о построении и управлении бренд-коммуникациями; о специфике применения теории бренд коммуникаций к основным видам деятельности в сфере гостеприимства на международном и российском рынках.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 «Бренд-коммуникациина предприятиях гостеприимства»относится к элективным дисциплинам Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5. Способен применять современные технологии организации ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, с использованием интернет-продвижения	ПК-5.1. Проводит анализ и разработку, совершенствование систем ценообразования и сбыта организаций сферы гостеприимства и общественного питания на основе бренд-аудита	Знать: современные технологии организации ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и общественного питания, системы ценообразования и сбыта организаций сферы гостеприимства и общественного питания Уметь: проводить бренд-аудит предприятия гостеприимства, разрабатывать мероприятия по совершенствованию систем ценообразования и сбыта организаций сферы гостеприимстванаоснове результатов проведенного бренд-аудита

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет3 зачетные единицы, 108 часов.
Форма промежуточной аттестации: зачет - 7 семестр.
Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины (очная форма обучения)

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Тема 1. Содержание и сущность бренд-коммуникаций в индустрии гостеприимства	4	4		18
Тема 2. Маркетинговые исследования и управление лояльностью к бренду на предприятиях гостеприимства	4	4		18
Тема 3. Правовые основы бренда в индустрии гостеприимства	4	4		18
Тема 4. Проективная стадия брендинга в индустрии гостеприимства: основные подходы к разработке портфеля брендов компании	6	4		20
Всего по дисциплине:	**18**	**16**		**74**

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Содержание и сущность бренд- коммуникаций в индустрии гостеприимства.

Концепция маркетинга XXI века. Изменение роли коммуникаций в маркетинговых концепциях XXI века. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Появление концепции бренд-менеджмента. «Три волны» в истории бренд коммуникаций: рациональная, эмоциональная и «духовная». Современные тенденции брендинговой политики западных и российских компаний, участвующих в организации процесса предоставления гостиничных услуг предприятиями гостиничной деятельности. Брендинг как стратегия на рынках с высоким уровнем конкуренции.Происхождение и эволюция понятия «бренд». Содержание бренда как коммуникационный процесс, соответствующий современным стандартам и удовлетворяющий потребителя.

Тема 2. Маркетинговые исследования и управление лояльностью к бренду на предприятиях гостеприимства.

Понятие, виды и методы маркетинговых исследованийбренд-коммуникацийв области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям целевых потребителей. Маркетинговые исследования бренда. Маркетинговые исследования имиджа бренда. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в бренд-коммуникациях. Позиционирование бренда на рынке. Способы корректировки существующего бренда.

Тема 3. Правовые основы бренда в индустрии гостеприимства.

Система охраны товарных марок в Европе. Система охраны товарных знаков в США. Правовые основания охраны бренда в гостиничном бизнесе: нормативная документация и производственно-технологические регламенты гостиничной деятельности. Этапы регистрации торгового знака. Ответственность за незаконное использование товарного знака.

Тема 4. Проективная стадия брендинга в индустрии гостеприимства: основные подходы к разработке портфеля брендов компании

Система идентичности бренда: его сущность, стержневая и расширенная идентичность. Атрибуты бренда и их основные характеристики. Бренд-нейм как важнейший атрибут (идентификатор) бренда. История разработки идентификаторов глобальных брендов XX-XXI веков. Идентификаторы бренда: трудности перевода без учетазапросов, потребностей и ключевых ценностей потребителей гостиничного продукта.Влияние культурного фактора макросреды на формирование бренд-нейма на отечественном рынке. Слоган и этапы его разработки. Логотип и основные требования к его созданию. Классификация товарных знаков. Трансформация товарных знаков известных компаний. Шрифт и цвет как атрибуты бренда. Личность бренда и его основные составляющие. Оценка проектов, связанных с брендингом, для решения конкретных задач гостиничного предприятия.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1– Практические занятия/ Семинарские занятия /

№ темы	Тема занятия	Вид занятия
1	*2*	3
1	Концепция бренд-менеджмента	Проблемный семинар/ Тематическая дискуссия
2	Позиционирование бренда на рынке. Способы корректировки существующего бренда.	Практика/Кейс
3	Правовые основания охраны бренда в гостиничном бизнесе.	Проблемный семинар/ Тематическая дискуссия
4	Проективная стадия брендинга.	Практика/Метод проектов

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры по данной дисциплине.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

1. В процессе занятий лекционного типа:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

2. В процессе практических занятий:

– активно участвовать в дискуссиях, выражать и обосновывать свою точку зрения;

– анализировать российский и международный опыт развития гостиничной индустрии и учитывать его при ответах на задания;

– решать кейсыпо темам дисциплины на примере конкретных гостиничных предприятий;

– обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин) или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию ипри методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	*2*
1.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка устного сообщения. Подготовка к зачету.
2.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к проблемному семинару. Подготовка к зачету.
3.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к тестированию (рубежный контроль). Подготовка к зачету.
4.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к проектной деятельности по дисциплине.Подготовка к зачету.
5.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка устного сообщения. Подготовка к зачету.
6.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка устного сообщения. Подготовка к зачету.
7.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка устного сообщения. Подготовка к зачету.
8.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка к проблемному семинару. Подготовка к зачету.
9.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка мультимедийной презентации (рубежный контроль). Подготовка к зачету.
10.	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка мультимедийной презентации.Подготовка к зачету.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Бренд-коммуникации на предприятиях гостеприимства» используются разнообразные образовательные технологии, как

традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- тематическая дискуссия (тема № 1, 3);
- метод проектов (тема № 4)
- кейс-стади (тема №2)

Тематическая дискуссия: обсуждение вопросов темы в учебной группе.

Кейс-стади - включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Классический кейс – разновидность широко представленной производственной или экономической ситуации, специально сформулированной специалистом отрасли или преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

Метод проектов: это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом.

Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей. Если говорить о методе проектов как о педагогической технологии, то эта технология предполагает совокупность исследовательских, поисковых, проблемных методов, творческих по своей сути. Преподавателю в рамках проектной деятельности отводится роль координатора, эксперта, консультанта. То есть, в основе метода проектов лежит развитие познавательных и исследовательских навыков обучающихся, умений самостоятельно систематизировать свои знания, ориентироваться в информационном пространстве, развитие творческого мышления, расширение кругозора в профессиональной сфере, коммуникативных навыков, умений презентации, менеджерских умений и навыков, навыков командной работы.

Этапы работы над проектом:

1 этап. Сбор и систематизация информации. В рамках этой деятельности обучающимся предстоит собрать и проанализировать информациюпо заинтересовавшей их проблеме, которая составит основу следующего этапа работы над проектом.

2 этап. Разработка собственного варианта решения проблемы. Главной задачей этого этапа деятельности является анализ собранной информации. На этом этапе учащиеся должны не только формализовать процесс разработки проекта, но и просчитать, каким образом можно сдвинуть с «мертвой» точки нерешенную проблему

3 этап. Реализация плана действий проектной команды. Данный этап предполагает, что обучающиеся сделают попытку реализовать на практике свой вариант решения проблемы. Работа на данном этапе по реализации проекта позволяет объединять на конкретном деле обучающихся. Их отношения принимают взаимовоспитывающийи взаимообучающийхарактер.

4 этап. Подготовка к защите проекта. Для того, чтобы компетентно оценить качество подготовленных проектов, следует весь собранный материал сгруппировать в два блока: демонстрационный и документальный, каждый из которых является воплощением деятельности проектных групп обучающихся.

5 этап. Презентация проекта. В рамках этого этапа проходит устная защита проекта, где обучающиеся представляют и обосновывают его эффективность. Данная часть работы организуется в режиме конкурса проектных команд и оценивается жюри. На презентации жюри суммарно оценивает как папку документов (портфолио или проектную папку), так и устное выступление команды.

6 этап. Рефлексия. Главная цель этого этапа – анализ самими обучающими стадии подготовки проекта и его представления на конкурсе. При поддержке преподавателя проходит разбор проделанной работы, происходит оценивание вклада каждой проектной группы и отдельных участников, выявляются сильные и слабые стороны проекта,

обсуждаются пути их исправления.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Карпова С.В.Брендинг : Учебник и практикум / Карпова С. В., Захаренко И. К. — 2-е изд., пер. и доп .— Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 439 с.	Основная	-	ЭБС Юрайт
Чернышева А. М. Брендинг: Учебник для бакалавров / Чернышева А. М., Якубова Т. Н. — Электрон. дан. — Москва: Юрайт, 2019 .— 504 с.	Основная	-	ЭБС Юрайт
Гончарова И.В. Маркетинг туризма (Ростуризм): учебное пособие / Гончарова И.В., Розанова Т.П., Морозов М.А., Морозова Н.С. — Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 217 с.	Дополнительная	-	ЭБС BOOK.ru
Семеркова Л.Н. Технология и организация гостиничных услуг: учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 320 с.	Дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	Базаданных OECD Books, Papers & Statistics наплатформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Таблица 9.2.1 – Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (ПО)

№	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г.)
3	7-Zip (freeware)
4	FireFox 77.0.1 (freeware)

Таблица 9.2.2 – Переченьучебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	**Адрес (местоположение) учебных аудиторий**
Ауд. 207 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 54 посадочных места; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., шкаф - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт.Компьютер в cIntel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Проектор цифровой Acer X1240 - 1 шт., Микшер-усилитель TA-1120 - 1 шт., Акустическая система JBL CONTROL 25 WH - 2 шт., Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А, Ауд. 207
Ауд. 201 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 175 посадочных мест; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 2шт., тумба - 1шт.Компьютер ntel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт.,	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А, Ауд. 201

Мультимедийный проектор Panasonic PT-VX610E - 1 шт., Микшерный пульт - 1 шт., Микшер-усилитель TA-1120 - 1 шт., Экран DRAPER BARONET 175/234 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).