

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 31.05.2024 15:13:07  
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**

### **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 ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Международные гостиничные сети: управление брендом» входит в программу бакалавриата «Международный гостиничный 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<br>(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;<br>УК-3.2 Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;<br>УК-3.4 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;<br>УК-3.5 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;<br>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;  |
| 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;<br>ПК-9.2 Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства в среде интернет;<br>ПК-9.3 Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства;   |

## 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;<br>Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы;<br>Организация работы служб гостиничного комплекса;  |  |
| ПК-10 | Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций сферы гостеприимства | Межкультурные коммуникации на иностранном языке;<br>Мировая экономика и международные экономические отношения;<br>Международные стандарты и управление качеством услуг;<br><i>Международные кулинарные концепции**</i> ;<br><i>Международная барная индустрия, сервис вина и напитков**</i> ;<br>Производственная практика;  | Преддипломная практика;                  |
| ПК-9  | Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания                    | Маркетинг организаций профессиональной сферы;<br>Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства;<br><i>Международные кулинарные концепции**</i> ;<br><i>Международная барная индустрия, сервис вина и напитков**</i> ;<br>Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере;<br>Программное обеспечение и автоматизация в профессиональной сфере;<br>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          |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>108</b> | <b>108</b>  |
|   | <b>зач.ед.</b> | <b>3</b>   | <b>3</b>    |

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          |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>      | <b>ак.ч.</b>   | <b>108</b> | <b>108</b>  |
|   | <b>зач.ед.</b> | <b>3</b>   | <b>3</b>    |

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

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для заочной формы обучения.

| Вид учебной работы                               | ВСЕГО, ак.ч.   |            | Семестр(-ы) |    |
|--|----------------|------------|-------------|----|
|  |                |            | 9           | 10 |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i>                  | 16             |            | 16          | 0  |
| Лекции (ЛК)                                      | 8              |            | 8           | 0  |
| Лабораторные работы (ЛР)                         | 0              |            | 0           | 0  |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 8              |            | 8           | 0  |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 83             |            | 56          | 27 |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 9              |            | 0           | 9  |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | <b>ак.ч.</b>   | <b>108</b> | 72          | 36 |
|  | <b>зач.ед.</b> | <b>3</b>   | 2           | 1  |

## 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<br>«Гостиничный номер»<br>Гарант Консультант Плюс<br>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<br>«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](http://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.*