

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 12.05.2026 12:25:05
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

БРЕНДИНГ И РЕКЛАМА В МЕЖДУНАРОДНОМ ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

(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)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе» 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 5 разделов и 10 тем и направлена на изучение теоретических основ и практических инструментов формирования, управления и продвижения брендов гостиничных предприятий и сетей в условиях глобального рынка гостеприимства, включая особенности международных рекламных коммуникаций, адаптацию бренд-стратегий к различным культурным средам и оценку эффективности брендинговых решений.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов системы теоретических знаний и практических компетенций в области стратегического управления брендом гостиничного предприятия, разработки и реализации рекламных коммуникаций в условиях глобального конкурентного рынка гостеприимства.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе» 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)
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; ПК-9.2 Разрабатывает программу продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства в среде интернет; ПК-9.3 Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций международной сферы гостеприимства;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе» 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 «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-10	Способен применять международный опыт при управлении ресурсами и качеством услуг организаций сферы гостеприимства	Производственная практика; Межкультурные коммуникации на иностранном языке; Мировая экономика и международные экономические отношения; Международные стандарты и управление качеством услуг; <i>Международные кулинарные концепции**;</i> <i>Международная барная индустрия, сервис вина и напитков**;</i>	Преддипломная практика;
ПК-9	Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	Маркетинг организаций профессиональной сферы; Технологии продвижения и продаж в международной сфере гостеприимства; <i>Международные кулинарные концепции**;</i> <i>Международная барная индустрия, сервис вина и напитков**;</i> Программное обеспечение и автоматизация в профессиональной сфере;	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 «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе» 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 «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе» 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

Общая трудоемкость дисциплины «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе» 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
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	72	36
	зач.ед.	3	2	1

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	Теоретические основы брендинга в гостиничной индустрии.	1.1	Понятие и сущность бренда в индустрии гостеприимства.	Эволюция брендинга в гостиничном бизнесе. Бренд как нематериальный актив. Функции бренда для потребителя и для предприятия. Капитал бренда (brand equity).	ЛК, СЗ
		1.2	Типология брендов в гостиничном секторе.	Корпоративные бренды vs бренды операторов. Мультибрендовые стратегии международных сетей (Marriott, Hilton, Accor). Франчайзинг и управляемые бренды. Независимые отели и бренды-коллекции.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегическое управление брендом гостиничного предприятия.	2.1	Позиционирование и идентичность бренда.	Разработка бренд-стратегии. Целевая аудитория, ценностное предложение, дифференциация. Бренд-идентичность: атрибуты, ценности, индивидуальность. Бренд-архитектура. Моно-бренд, зонтичный бренд, суббренды.	ЛК, СЗ
		2.2	Визуальная и вербальная идентификация.	Фирменный стиль в гостиничном бизнесе: логотип, цветовая гамма, типографика. Нейминг отелей и точек питания. Бренд-бук и стандарты визуального оформления. Роль дизайна интерьера и экстерьера в формировании бренда.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Реклама и интегрированные маркетинговые коммуникации.	3.1	Специфика рекламы в гостиничном бизнесе.	Классификация рекламы. Каналы распространения. Особенности рекламы для различных сегментов (люкс, бизнес-отели, бюджетные форматы).	ЛК, СЗ
		3.2	Цифровая реклама и работа с онлайн-каналами продвижения.	Контекстная и таргетированная реклама. SEO-оптимизация сайта отеля. Роль OTA в продвижении бренда. Метапоисковые системы. Email-маркетинг и CRM-коммуникации.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Международные аспекты брендинга и рекламы.	4.1	Глобализация vs локализация бренда.	Стандартизация бренд-стратегий международных сетей. Адаптация рекламных кампаний под культурные особенности стран присутствия. Учет национальных традиций, языка, потребительских привычек.	ЛК, СЗ
		4.2	Межкультурные коммуникации в рекламе.	Ошибки и риски при трансграничном брендинге. Кейсы успешной и неудачной адаптации гостиничных брендов. Управление мультикультурным персоналом как часть бренд-коммуникации.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Управление репутацией и эффективность брендинга.	5.1	Репутационный менеджмент и работа с отзывами.	Влияние онлайн-репутации на лояльность и бронирования. Платформы управления репутацией. Стратегии работы с негативными отзывами.	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
		5.2	Оценка эффективности брендинга и рекламы.	Метрики капитализации бренда: узнаваемость, лояльность, готовность рекомендовать (NPS). Оценка эффективности рекламных кампаний: ROI, ROAS, ROMI. Мониторинг конкурентной среды и анализ позиционирования. КРІ бренд-менеджера в гостиничном предприятии.	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.	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.	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.	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, 2026. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583466>

2. Чернышева, А. М. Брендинг : учебник для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19453-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583027>

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.-Петербург. 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. 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>

5. 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.

6. 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>

7. 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>

8. Сухов, Р.И. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций: 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>

9. 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>

10. 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

<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://znaniium.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/>

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

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

1. Курс лекций по дисциплине «Брендинг и реклама в международном гостиничном бизнесе».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Кузнецова Юлия

Михайловна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Горяинов Константин

Станиславович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Маврина Нелли

Федоровна

Фамилия И.О.