

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного и дистанционного обучения



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины
Дизайн гостиниц и ресторанов БЗ.ДВ.2

Направление подготовки: 101100.62 - Гостиничное дело

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе СПО

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Зиновьева А.А.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Рубцов В. А.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр заочного и дистанционного обучения):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Зиновьева А.А. кафедра сервиса и туризма Институт управления, экономики и финансов , AAZinoveva@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины - освоение студентами особенностей создания дизайна и фирменного стиля и их роли в конкурентоспособности гостиничного предприятия, а также осмысление возрастающей роли индустрии гостеприимства в экономике страны. Формирование проектной культуры и навыков дизайнерского искусства у студентов. Практический курс имеет целью формирование и углубление навыков работы с графическими программами.

Основными задачами дисциплины являются:

- знакомство с дизайном, как родом деятельности, основными понятиями дизайна;
- формирование грамотного и логичного использования основных терминов дизайна;
- воспитание эстетического вкуса и чувства стиля.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 101100.62 Гостиничное дело и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел ' Б1.В.ДВ.7 Дисциплины (модули)' основной образовательной программы 43.03.03 Гостиничное дело и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Дисциплина предназначена для студентов 4 курса (7 семестр), и относится к циклу Б3.ДВ4 Профессиональный цикл, дисциплина по выбору

ООП ВПО 'Гостиничное дело' (бакалавриат) предусматривает изучение дисциплины 'Дизайн гостиниц и ресторанов' в составе профессионального цикла, части 'дисциплины по выбору студента'.

Данный курс находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими учебными курсами как: 'Организация гостиничного дела', 'Технологии гостиничной деятельности', 'Сервисная деятельность', 'Основы гостеприимства', а также с производственной практикой студентов.

Для освоения данной дисциплины необходимы знания, полученные обучающимися из предшествующих учебных курсов: 'Сервисная деятельность', 'Основы гостеприимства' и 'Организация гостиничного дела'.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-5 (общекультурные компетенции)	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОПК-3 (профессиональные компетенции)	готовностью применять нормативно-правовую и технологическую документацию, регламентирующую гостиничную деятельность
ПК-3 (профессиональные компетенции)	владением навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-4 (профессиональные компетенции)	готовностью анализировать результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делать соответствующие выводы
ПК-9 (профессиональные компетенции)	способностью использовать современные научные принципы и методы исследования рынка гостиничных услуг

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- знать содержание ключевых понятий и категорий дизайна;
- понимать причинно-следственную связь принятия тех или иных дизайнерских решений; принципы создания цветовой гармонии для решения разнообразных дизайнерских задач;
- знать, как средствами дизайна выразить определенное настроение;
- знать дизайн визуальной информации, фирменных и графических стилей.

2. должен уметь:

ориентироваться в различных типах графических форматов; в психофизиологические особенности цветов

3. должен владеть:

- приобрести навыки работы с растровыми и векторными изображениями;
- познакомиться с основными историческими и современными художественными стилями;

применять полученные теоретические знания на практике, а также способность и готовность к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
	Тема 1. Тема 1.						

Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Тема 2. Что такое дизайн?	5	0	1	1	0	устный опрос
3.	Тема 3. Тема 3. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета.	5	0	1	1	0	устный опрос
4.	Тема 4. Тема 4. Виды композиций.	5	0	1	1	0	устный опрос
5.	Тема 5. Тема 5. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства	5	0	1	2	0	устный опрос
6.	Тема 6. Тема 6. Фирменный стиль и имиджевая политика предприятий индустрии гостеприимства.	5	0	1	2	0	устный опрос
7.	Тема 7. Тема 7. Разработка элементов фирменного стиля	5	0	2	1	0	контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			8	10	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Тема 1. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Понятие фирменного стиля. Функции фирменного стиля: имиджевая, идентификационная, корпоративная. Этапы разработки фирменного стиля. Основные термины и определения: фирменное наименование, торговая марка, фирменное имя (бренд), фирменный знак, товарный образ, товарный знак, логотип, слоган, фирменный блок, имидж, имеджеология, имидж корпоративный. Психологические аспекты значения торговой марки и товарного знака. Ассоциативные уровни, которые несут товарный знак и название фирмы. Ассоциативные уровни графики. Психологические требования, предъявляемые к товарному знаку.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Особенности фирменного стиля современных предприятий индустрии гостеприимства. Исторический очерк формирования элементов фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства. Изучение самых лучших, необычных, выдающихся отелей мира

Тема 2. Тема 2. Что такое дизайн?

лекционное занятие (1 часа(ов)):

История возникновения и развития дизайна. Истоки зарождения искусства графики, живописи, скульптуры, декора, дизайна. Дизайн - как особый вид творчества. Определение термина дизайн и историческая трансформация его смысла. В 1919 г. в Германии была открыта высшая школа "Баухауз" - промышленного дизайна. В 1926 г. в России начали работу высшие художественно-технические мастерские "ВХУТЕМАС". В 1928 г. в США основан рекламный дизайн. XX век ? искусство современного дизайна. Предмет, объект, цель и методы дизайна. Дизайн в ряду других родственных ему практик. Особенности профессионального мышления дизайнера.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Многообразие направлений дизайна: промышленный дизайн (индустриальный, транспортный), графический дизайн (промышленная графика, рекламная продукция, книжный дизайн, плакат), арт-дизайн (проектирование объектов, конструкций, выставок), дизайн среды (интерьер, экстерьер, ландшафтный дизайн, экологический дизайн), визаж (искусство макияжа), фитодизайн (флористика), компьютерный дизайн (web-странички, анимация), протодизайн, интуитивный дизайн, стихийный дизайн, фолк-дизайн, этнодизайн

Тема 3. Тема 3. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Природа света. Развитие представлений о свете и цвете с древних времен до Х. Гюйгенса и И. Ньютона. Корпускулярная теория света. Возникновение цветов по Ньютону. Волновая теория Гюйгенса. Отражение и преломление света. Электромагнитная теория света. Дифракция света. Люминесценция. Источники света. Цвет при белом и цветном освещении. При воздействии света меняется вся цветовая среда интерьера. Цвет и форма. Свойства формы. Изменение цвета при новой форме. Пространственное воздействие цвета. Цвет и настроение. Властный, богатый, романтический, естественный, жизнерадостный, мягкий, приветливый, царственный, надежный, энергичный, чистый, графический, профессиональный, освежающий, традиционный цвета.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Цветовые тренды. Причины существования моды на цвет. Цвет и возраст. Цвет и пол. Цвет и этнические группы. Современные цветовые тренды. Цветовые ассоциации. Самоанализ на основе цветовых предпочтений. Управление цветовыми настроениями. Цвет в дизайнерском формообразовании.

Тема 4. Тема 4. Виды композиций.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Основные виды композиций: фронтальная, объемная, пространственная. Органичность и целостность внешней формы. Масштабность. Пропорциональность. Равновесие. Динамичность. Статичность. Симметрия. Контраст. Объемно-пространственная структура. Тектоника. Пластичность. Единство характера формы. Взаимосвязь основных видов композиции. Разработка геометрической композиции. Преобразование на основе светлотных отношений.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Разработка графической композиции на основе гармонических цветовых отношений. Цветовое и графическое преобразование

Тема 5. Тема 5. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Способы достижения единства стиля в интерьере. Стили и жанры, используемые дизайнерами для отражения тематики ресторана в интерьере. Наиболее характерные стили, используемые дизайнерами при оформлении интерьеров залов ресторанов. Условное деление всех видов интерьеров на группы. Основные исторические стили, в соответствии с которыми развивался дизайн гостиничных предприятий. Основные черты и элементы внутреннего убранства и дизайна гостиниц, соответствующие историческим стилям. Самые распространенные стили оформления интерьеров гостиниц европейских стран в настоящее время. Роль цвета в композиции интерьеров предприятий индустрии гостеприимства. Характеристика национально-культурной специфики восприятия цвета. Исторически наиболее излюбленные цвета в России. Типы освещения, применяемые в залах предприятий питания. Характеристика систем освещения, применяемых в ресторанах.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Музыка, цветочная аранжировка и фэн-шуй, как важные направления в формировании фирменного стиля. Факторы, которые необходимо учитывать, чтобы музыкальное сопровождение гармонично вписывалось в общую концепцию предприятия питания. Особенности музыкальных программ национальных ресторанов. Музыкальные стили, на которые ориентированы рестораны-клубы. Способы улучшить акустические свойства зала ресторана. Периодичность обновления содержания музыкальных блоков. Регулировка громкости звука в различных музыкальных блоках. Общие принципы цветочной аранжировки. Основные понятия флор-декора. Стили создания флористических композиций. Пропорции, необходимые для соблюдения при подборе вазы для цветов. Особенности цветочных аранжировок в зале ресторана. Размещение цветочной композиции на банкетном столе. Особенности флористического декора в гостиницах. Сущность понятия фэн-шуй. Принципы фэн-шуй в решении интерьера. Роль цвета в соответствии с фэн-шуй. Характеристика действия некоторых запахов согласно фэн-шуй. Роль зеркал в интерьере. Использование кристаллов в оформлении интерьера. Роль картин в соответствии с принципами фэн-шуй. Основные особенности фэн-шуй как исторически сложившегося направления в формировании фирменного стиля. Необходимость знания принципов фэн-шуй специалистам сферы гостеприимства

Тема 6. Тема 6. Фирменный стиль и имиджевая политика предприятий индустрии гостеприимства.

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Имидж предприятия индустрии гостеприимства. Наиболее важные правила формирования позитивного имиджа предприятия индустрии гостеприимства. Цели успешной программы формирования устных отзывов. Правила обслуживания клиентов предприятия индустрии гостеприимства. Примеры формирования позитивного имиджа и фирменного стиля в предприятиях питания. Примеры формирования позитивного имиджа и фирменного стиля в гостиницах. Элементы обслуживания, которые используются для формирования позитивного имиджа.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Организация работы офиса как элемент формирования имиджа. Основные рекомендации по работе с клиентами с целью установления благоприятного первоначального контакта. Характеристика интерьера, дизайна, оборудования современного офиса. Правила работы на телефоне. Универсальные правила повышения эффективности работы персонала. Особенности флористического декора в офисе. Рекомендации по подбору мебели в офисе.

Тема 7. Тема 7. Разработка элементов фирменного стиля

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Имиджевая реклама в индустрии гостеприимства. Основная задача имиджевой рекламы в индустрии гостеприимства. Основные средства рекламы в индустрии гостеприимства. Характеристика группы рекламы, к которой относятся газетно-журнальная, печатная, световая, оформительская продукция и фотореклама. Характеристика группы рекламы, к которой относятся радиореклама, устные сообщения и объявления. Характеристика группы рекламы, которую составляют теле- и кинореклама, рекламные ролики. Сувенирная и представительская продукция предприятий индустрии гостеприимства. Формы наружной рекламы. Смысл и цель PR-мероприятий в индустрии гостеприимства. PR-средства, используемые для улучшения производственных отношений в коллективе предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

практическое занятие (1 часа(ов)):

Корпоративная философия как инструмент создания фирменного стиля. Суть современной корпоративной философии в индустрии гостеприимства. Сущность и цели корпоративной культуры в индустрии гостеприимства. Корпоративная идентичность. Декларация о миссии. Предприятия индустрии гостеприимства, отличающиеся высокой корпоративной культурой.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Тема 1. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.	5	0	подготовка к устному опросу	17	устный опрос
2.	Тема 2. Тема 2. Что такое дизайн?	5	0	подготовка к устному опросу	17	устный опрос
3.	Тема 3. Тема 3. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета.	5	0	подготовка к устному опросу	17	устный опрос
4.	Тема 4. Тема 4. Виды композиций.	5	0	подготовка к устному опросу	17	устный опрос
5.	Тема 5. Тема 5. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства	5	0	подготовка к устному опросу	18	устный опрос
6.	Тема 6. Тема 6. Фирменный стиль и имиджевая политика предприятий индустрии гостеприимства.	5	0	подготовка к устному опросу	17	устный опрос
7.	Тема 7. Тема 7. Разработка элементов фирменного стиля	5	0	подготовка к контрольной работе	17	контрольная работа
	Итого				120	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В учебном процессе преподавания дисциплины 'Дизайн гостиниц и ресторанов' предусматривается широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, тренинги, деловые игры). В рамках учебного курса предусмотрены встречи с руководителями гостиничных предприятий, руководителями государственных и общественных организаций в сфере анимационного бизнеса, мастер-классы специалистов

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Тема 1. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Какие этапы включает процесс разработки фирменного стиля компании? 2. Какие этапы создания фирменного стиля проводятся с помощью специалистов-патентоведов? 3. Как формируется культура фирменного стиля в России? 4. Приведите примеры взаимосвязи деятельности компании и специфики фирменного стиля. 5. Какие стилеобразующие элементы вы знаете? 6. Охарактеризуйте такие элементы фирменного стиля, как фирменный цвет, фирменный шрифт. 7. Какие ассоциативные уровни включает образ, который несут товарный знак и название фирмы? 8. Соблюдением каких важных психологических требований обусловлена эффективность товарного знака? 9. На какие группы можно разделить символы? 10. Каковы главные психологические аспекты создания фирменного стиля? 11. Какова психологическая роль символов? 12. В чем заключена эмоциональная нагрузка изобразительных элементов?

Тема 2. Тема 2. Что такое дизайн?

устный опрос , примерные вопросы:

1. Каково происхождение термина ?дизайн? и как выглядит историческая трансформация его смысла? 2. Каково происхождение слова ?вещь?? Какова роль вещи в человеческом обиходе, в культуре, в цивилизации, в дизайне? 3. Как соответствует характер формообразования в дизайне принятой в данный исторический период базовой модели мира? Какие модели мира легли в основу стилевых направлений XX века? 4. Как по мнению М.А, Коськова, модель дизайна, которую мы принимаем, определяет датирование начала этой деятельности? Каково традиционное представление об истоках дизайна? 5. Что такое, по определению М.Э.Гизе, ?протодизайн?, каковы его временные границы, основные направления, источники формообразования? Что такое ?интуитивный дизайн?? 6. В чем, по мнению К.Кантора, заключается особенность отечественного дизайна советского периода? Что такое современный ?стихийный дизайн?? 7. Что такое ?художественный образ?, каковы основные его свойства и в чем заключается особенность образного восприятия? Какова роль образа в культурной коммуникации? 8. Что такое ?социальные роли?, и как используется это понятие в дизайне? 9. Чем отличается процедура типологизации от процедуры классификации, и почему в дизайне принят этот вид систематизации потребителей? 10. Что означают понятия ?тематизация?, ?смыслообразование?, и и каков алгоритм проектного мышления дизайнера? 11. Что такое ?культурный образец? проектируемого объекта и как он может быть использован в дизайне? 12. Каково происхождение понятия ?виртуальная реальность?, чему оно противопоставляется? Каков современный научный взгляд на иерархию реальностей? 13. Каковы специфические свойства виртуальной реальности? 14. Какова принятая систематизация знаков? Какова связь каждого из типов знаков с замещаемым им объектом? 15. Что такое символ? Какова связь символа и культурного пространства, символа и эпохи? Каких типов бывают символы, как каждый из них участвует в создании художественного образа? 16. Что такое аллегория? Как соотносится аллегория с символом? Как аллегоризм связан с типом культуры? В чем различие символических и несимволических культур? 17. Чем занимается семиотика? В каких отношениях находится семиотика и теория информации? Что такое релевантная и нерелевантная информация? В чем заключается процесс семиозиса

Тема 3. Тема 3. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Расскажите о природе цвета. Назовите спектральные цвета и дайте им характеристику. Назовите три основных свойства цвета и охарактеризуйте их. 2. Что такое локальный цвет предмета, как он меняется в зависимости от освещения? Перечислите сферы применения цвета. 3. Визуальное восприятие ахроматических цветов. Гармонизация ахроматических и хроматических цветов. 4. Типы цветовых гармоний. Является ли гармоничной гамма, в которой все цвета подчинены одному главному цвету? Возможно ли гармоничное сочетание цветов ахроматической и хроматической гаммы? 5. Виды цветовых гармоний. Как учитывается влияние разной фактуры на восприятие цвета. 6. Типы графических форматов. Достоинства и недостатки растровой графики. Достоинства и недостатки векторной графики

Тема 4. Тема 4. Виды композиций.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Основные виды композиций. 2. Взаимосвязь основных видов композиции.

Тема 5. Тема 5. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства

устный опрос , примерные вопросы:

1. Как достигается единство стиля в интерьере? 2. Назовите наиболее характерные стили, используемые дизайнерами при оформлении интерьеров залов ресторанов. 3. Приведите примеры смешения различных стилей-фьюжн. 4. Какими способами можно создавать в зале ресторана эффект расширенного пространства? 5. Назовите основные исторические стили, в соответствии с которыми развивался дизайн гостиничных предприятий. 6. Какой стиль является в настоящее время самым распространенным в интерьере гостиниц европейских стран? 7. Какие факторы необходимо учитывать, чтобы музыкальное сопровождение гармонично вписывалось в общую концепцию предприятия питания? 8. На какие музыкальные стили ориентированы рестораны-клубы? 9. Какие музыкальные блоки следует различать? 10. В чем состоят общие принципы цветочной аранжировки?

Тема 6. Тема 6. Фирменный стиль и имиджевая политика предприятий индустрии гостеприимства.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Какие цели преследует успешная программа формирования устных отзывов? 2. Какие отличия могут выделить один ресторан от другого? 3. Какие правила следует соблюдать при обслуживании клиентов предприятия индустрии гостеприимства? 4. Какие элементы обслуживания используют для формирования позитивного имиджа? 5. Каковы рекомендации по работе с клиентами с целью установления благоприятного первоначального контакта? 6. Что должно быть нормой в работе сотрудников офиса по отношению к клиентам? 7. Каковы правила работы на телефоне? 8. Назовите ряд универсальных правил, соблюдение которых позволяет повысить эффективность работы персонала. 9. Какие рекомендации вы можете дать относительно подбора мебели в офисе?

Тема 7. Тема 7. Разработка элементов фирменного стиля

контрольная работа , примерные вопросы:

Разработать графические эскизы по теме ?Фирменный стиль предприятия индустрии гостеприимства?. Фирменный стиль состоит: из фирменного знака, шрифтовой надписи (логотипа), фирменного цвета, фирменного лозунга (слогана) и т.д. Работа представляется к защите в электронном (компьютерном варианте) и печатном виде: черно-белый и ли цветной варианты. Итог занятия ? презентация и защита мини-проекта по предложенной теме. Работа в группах по 3-5 человек.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ

Тема 1. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.

1. Какие этапы включает процесс разработки фирменного стиля компании?
2. Какие этапы создания фирменного стиля проводятся с помощью специалистов-патентоведов?
3. Как формируется культура фирменного стиля в России?
4. Приведите примеры взаимосвязи деятельности компании и специфики фирменного стиля.
5. Какие стилеобразующие элементы вы знаете?
6. Охарактеризуйте такие элементы фирменного стиля, как фирменный цвет, фирменный шрифт.
7. Какие ассоциативные уровни включает образ, который несет товарный знак и название фирмы?
8. Соблюдением каких важных психологических требований обусловлена эффективность товарного знака?
9. На какие группы можно разделить символы?
10. Каковы главные психологические аспекты создания фирменного стиля?
11. Какова психологическая роль символов?
12. В чем заключена эмоциональная нагрузка изобразительных элементов?

Тема 2. Что такое дизайн?

1. Каково происхождение термина "дизайн" и как выглядит историческая трансформация его смысла?
2. Каково происхождение слова "вещь"? Какова роль вещи в человеческом обиходе, в культуре, в цивилизации, в дизайне?
3. Как соответствует характер формообразования в дизайне принятой в данный исторический период базовой модели мира? Какие модели мира легли в основу стилевых направлений XX века?
4. Как по мнению М.А. Коськова, модель дизайна, которую мы принимаем, определяет датирование начала этой деятельности? Каково традиционное представление об истоках дизайна?
5. Что такое, по определению М.Э.Гизе, "протодизайн", каковы его временные границы, основные направления, источники формообразования? Что такое "интуитивный дизайн"?
6. В чем, по мнению К.Кантора, заключается особенность отечественного дизайна советского периода? Что такое современный "стихийный дизайн"?
7. Что такое "художественный образ", каковы основные его свойства и в чем заключается особенность образного восприятия? Какова роль образа в культурной коммуникации?
8. Что такое "социальные роли", и как используется это понятие в дизайне?
9. Чем отличается процедура типологизации от процедуры классификации, и почему в дизайне принят этот вид систематизации потребителей?
10. Что означают понятия "тематизация", "смыслообразование", и каков алгоритм проектного мышления дизайнера?
11. Что такое "культурный образец" проектируемого объекта и как он может быть использован в дизайне?
12. Каково происхождение понятия "виртуальная реальность", чему оно противопоставляется? Каков современный научный взгляд на иерархию реальностей?
13. Каковы специфические свойства виртуальной реальности?
14. Какова принятая систематизация знаков? Какова связь каждого из типов знаков с замещаемым им объектом?
15. Что такое символ? Какова связь символа и культурного пространства, символа и эпохи? Каких типов бывают символы, как каждый из них участвует в создании художественного образа?
16. Что такое аллегория? Как соотносится аллегория с символом? Как аллегоризм связан с типом культуры? В чем различие символических и несимволических культур?
17. Чем занимается семиотика? В каких отношениях находится семиотика и теория информации? Что такое релевантная и нерелевантная информация? В чем заключается процесс семиозиса?

Тема 3. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета.

1. Расскажите о природе цвета. Назовите спектральные цвета и дайте им характеристику. Назовите три основных свойства цвета и охарактеризуйте их.
2. Что такое локальный цвет предмета, как он меняется в зависимости от освещения? Перечислите сферы применения цвета.
3. Визуальное восприятие ахроматических цветов. Гармонизация ахроматических и хроматических цветов.
4. Типы цветовых гармоний. Является ли гармоничной гамма, в которой все цвета подчинены одному главному цвету? Возможно ли гармоничное сочетание цветов ахроматической и хроматической гаммы?
5. Виды цветовых гармоний. Как учитывается влияние разной фактуры на восприятие цвета.
6. Типы графических форматов. Достоинства и недостатки растровой графики. Достоинства и недостатки векторной графики.

Тема 4. Виды композиций.

1. Основные виды композиций.

2. Взаимосвязь основных видов композиции.

Тема 5. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства.

1. Как достигается единство стиля в интерьере?
2. Назовите наиболее характерные стили, используемые дизайнерами при оформлении интерьеров залов ресторанов.
3. Приведите примеры смешения различных стилей - фьюжн.
4. Какими способами можно создавать в зале ресторана эффект расширенного пространства?
5. Назовите основные исторические стили, в соответствии с которыми развивался дизайн гостиничных предприятий.
6. Какой стиль является в настоящее время самым распространенным в интерьере гостиниц европейских стран?
7. Какие факторы необходимо учитывать, чтобы музыкальное сопровождение гармонично вписывалось в общую концепцию предприятия питания?
8. На какие музыкальные стили ориентированы рестораны-клубы?
9. Какие музыкальные блоки следует различать?
10. В чем состоят общие принципы цветочной аранжировки?

Тема 6. Фирменный стиль и имиджевая политика предприятий индустрии гостеприимства.

1. Какие цели преследует успешная программа формирования устных отзывов?
2. Какие отличия могут выделить один ресторан от другого?
3. Какие правила следует соблюдать при обслуживании клиентов предприятия индустрии гостеприимства?
4. Какие элементы обслуживания используют для формирования позитивного имиджа?
5. Каковы рекомендации по работе с клиентами с целью установления благоприятного первоначального контакта?
6. Что должно быть нормой в работе сотрудников офиса по отношению к клиентам?
7. Каковы правила работы на телефоне?
8. Назовите ряд универсальных правил, соблюдение которых позволяет повысить эффективность работы персонала.
9. Какие рекомендации вы можете дать относительно подбора мебели в офисе?

Контрольная работа ♦ 1

Вариант 1.

1. Какие стилеобразующие элементы вы знаете?
2. Каково происхождение термина "дизайн" и как выглядит историческая трансформация его смысла?

Вариант 2.

1. Какие ассоциативные уровни включает образ, который несут товарный знак и название фирмы?
2. Расскажите о природе цвета. Назовите спектральные цвета и дайте им характеристику. Назовите три основных свойства цвета и охарактеризуйте их.

Вариант 3.

1. Какие, по вашему мнению, направления в кулинарной моде формируют фирменный стиль ресторана в настоящее время?
2. Что такое аллегория? Как соотносится аллегория с символом? Как аллегоризм связан с типом культуры? В чем различие символических и несимволических культур?

Вариант 4.

1. Что имеет первостепенное значение в формировании фирменного стиля ресторана?
2. Виды цветовых гармоний. Как учитывается влияние разной фактуры на восприятие цвета.

Вариант 5.

1. Что вы знаете о базовых цветовых комбинациях.
2. Как формируется культура фирменного стиля в России?

Вариант 6.

1. Дайте определения понятий: "торговая марка", "фирменный знак", "товарный образ", "товарный знак".
2. Особенности дизайнерского мышления.

Контрольная работа ♦ 2

Вариант 1.

1. Как достигается единство стиля в интерьере?.
2. Какие элементы обслуживания используют для формирования позитивного имиджа?

Вариант 2.

1. Какие стили и жанры используют дизайнеры для отражения тематики ресторана в интерьере?
2. Назовите ряд универсальных правил, соблюдение которых позволяет повысить эффективность работы персонала.

Вариант 3.

1. Какова роль цвета в композиции интерьеров предприятий индустрии гостеприимства?
2. Какие PR-средства используются для улучшения производственных отношений в коллективе предприятия гостинично-ресторанного бизнеса?

Вариант 4.

1. Охарактеризуйте системы освещения, применяемые в ресторанах.
2. Приведите примеры PR-акций, применяемых в практике гостиничного и ресторанного дела.

Вариант 5.

1. Какие факторы необходимо учитывать, чтобы музыкальное сопровождение гармонично вписывалось в общую концепцию предприятия питания?
2. Каковы сущность и цели корпоративной культуры в индустрии гостеприимства?

Вариант 6.

1. В чем состоят общие принципы цветочной аранжировки?
2. Назовите наиболее важные правила формирования позитивного имиджа предприятия индустрии гостеприимства.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ.

1. Дайте определения понятий: "фирменный стиль", "дизайн".
2. Назовите три функции фирменного стиля.
3. Какие этапы включает процесс разработки фирменного стиля компании?
4. Какие этапы создания фирменного стиля проводятся с помощью специалистов-патентоведов?
5. Как формируется культура фирменного стиля в России?
6. Приведите примеры взаимосвязи деятельности компании и специфики фирменного стиля.
7. Какие стилеобразующие элементы вы знаете?
8. Дайте определения понятий: "фирменное наименование", "фирменное имя", "торговая марка", "фирменный знак", "товарный образ", "товарный знак".
9. Что такое бренд, брендинг?
10. Дайте определение понятия "логотип", "слоган", "фирменный блок".
11. Охарактеризуйте такие элементы фирменного стиля, как фирменный цвет, фирменный шрифт.
12. Дайте определения понятий: "имидж", "имиджология", "имиджмейкер", "имиджмейкерство", "имидж корпоративный".
13. Какие ассоциативные уровни включает образ, который несут товарный знак и название фирмы?

14. Какие ассоциативные уровни характерны для графических изображений, эмблем, символов? Соблюдением каких важных психологических требований обусловлена эффективность товарного знака?
15. На какие группы можно разделить символы?
16. Каковы главные психологические аспекты создания фирменного стиля?
17. Ряду каких требований подчиняется товарный знак?
18. В чем заключена эмоциональная нагрузка изобразительных элементов?
19. ширенного пространства?
20. Назовите основные исторические стили, в соответствии с которыми развивался дизайн гостиничных предприятий.
21. Каким образом с точки зрения глубины и достоверности могут быть использованы исторические стили при создании интерьеров?
22. Какой стиль является в настоящее время самым распространенным в интерьере гостиниц европейских стран?
23. Какова роль цвета в композиции интерьеров предприятий индустрии гостеприимства?
24. Охарактеризуйте национально-культурную специфику восприятия цвета. Какой цвет в России исторически считается наиболее излюбленным?
25. Что такое гармония цветов?
26. Какие типы освещения применяются в залах предприятий питания?
27. В чем состоят общие принципы цветочной аранжировки? Какие стили создания флористических композиций вы знаете?
28. На каких принципах основывается современная наука о цветочной аранжировке? Какие пропорции следует соблюдать при подборе вазы для цветов?
29. Каковы особенности цветочных аранжировок в зале ресторана? Как размещают цветочную композицию на банкетном столе?
30. Какие специальные решения используют дизайнеры для оформления банкетов в ресторане?
31. Каковы особенности флористического декора в гостиницах?
32. Что означает фэн-шуй в дословном переводе? В чем сущность этого понятия? Каковы принципы фэн-шуй в решении интерьера? Какова роль цвета в соответствии с фэн-шуй?
33. Охарактеризуйте действие некоторых запахов согласно фэн-шуй. В чем заключается роль зеркал в интерьере согласно фэн-шуй?
34. Какова роль картин в соответствии с принципами фэн-шуй? Назовите основные особенности фэн-шуй как исторически сложившегося направления в формировании фирменного стиля.
35. Что играет определяющую роль в создании гармоничной обстановки внутреннего пространства помещения согласно фэн-шуй? Почему специалисты сферы гостеприимства должны быть знакомы с принципами фэн-шуй?
36. Назовите наиболее важные правила формирования позитивного имиджа предприятия индустрии гостеприимства. Приведите примеры формирования позитивного имиджа и фирменного стиля в предприятиях питания.
37. Приведите примеры формирования позитивного имиджа и фирменного стиля в гостиницах. Какие элементы обслуживания используют для формирования позитивного имиджа?
38. Каковы рекомендации по работе с клиентами с целью установления благоприятного первоначального контакта?
39. Охарактеризуйте интерьер, дизайн, оборудование современного офиса.
40. Назовите ряд универсальных правил, соблюдение которых позволяет повысить эффективность работы персонала.
41. Что является смыслом и целью всех PR-мероприятий в индустрии гостеприимства?

42. Какие PR-средства используются для улучшения производственных отношений в коллективе предприятия гостинично-ресторанного бизнеса?
43. Приведите примеры PR-акций, применяемых в практике гостиничного и ресторанного дела.
44. Какова суть современной корпоративной философии в индустрии гостеприимства?
45. Каковы сущность и цели корпоративной культуры в индустрии гостеприимства?
46. Что такое корпоративная идентичность? Что такое декларация о миссии?
47. Расскажите о предприятии индустрии гостеприимства, отличающемся высокой корпоративной культурой.

7.1. Основная литература:

Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме, Саак, Андрей Эрнестович; Пшеничных, Юлия Алексеевна, 2010г.

Менеджмент в сфере услуг: туризм и гостиничное дело, Зайцева, Наталия Александровна, 2013г.

Маркетинг в туризме: Учеб. пособие / А.П. Дурович. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003711-0, 1000 экз.
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=189520>

Маркетинг.: Курс лекций / Л.Е. Басовский. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 219 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-002309-0, 1500 экз.
<http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=205100>

Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т.П. Данько, М.П. Голубев. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 416 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003863-6, 500 экз. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=208226>

7.2. Дополнительная литература:

Теоретические и методологические исследования в дизайне, Генисаретский, О.И.; Бизунова, Е.М., 2004г.

Фотография, реклама, дизайн на компьютере, Шнейдеров, Виталий Семенович, 2004г.

Дурович А.П. Маркетинг в туризме. - Минск: Новое издание, 2001. - 275с.

Кабушкин Н.И., Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник. - Минск: Новое знание, 2002. - 368 с.

Кусков А.С. Гостиничное дело: Учебное пособие - М.: ИТК 'Дашков и К', 2008. - 327 с.

Медлик С. Гостиничный бизнес: учеб. для вузов по спец. сервиса Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 224 с.

Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: учебное пособие - М., Финансы и статистика, 2005. - 192 с.

Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник: учебное пособие. Под ред. Воронковой. - М., 2002 - 365 с.

Филипповский, Е. Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства М.: Финансы и статистика, 2003. - 174 с.

Уокер, Джон Р. Управление гостеприимством: вводный курс: учебник для студентов вузов Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 849 с.

Алешина, Ирина Викторовна. Поведение потребителей: Учеб. пособие для вузов М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. 376с.

Европейский гостиничный маркетинг: учеб. пособие для студентов и выпускников шк. гостинич. и ресторан. бизнеса в Европе / [пер. с англ. Е.Ю. Драгныш]. Москва: Финансы и статистика, 2004. 221с.

Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студентов вузов, 2-е изд., испр.. М.: Академия, 2005., 223 с.

- Ляпина, Ирина Юрьевна. Материально-техническая база и оформление гостиниц и туркомплексов: учеб. для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования по спец. 2302 'Гостинич. сервис', Москва: Академия, 2004., 249 с.
- Лесник А. Л. Смирнова М. П. Маркетинг и реклама в гостиничном бизнесе. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 263 с.
- Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Учебное пособие. - СПб.: Питер., 2007. - 432 с.
- Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учеб.-практ. Пособие Москва: Экономистъ, 2003. 222 с.
- Батра Р., Майерс Д. Дж., Аакер Д. А. Рекламный менеджмент. 5-е изд. - М.; СПб.; К.: Вильямс, 1999.
- Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие. - М.: Фаир-пресс, 2001.
- Браун Л. Имидж - путь к успеху. - СПб., 1997.
- Волков Ю. Ф. Интерьер и оборудование гостиниц и ресторанов. - Ростов н/Д: Феникс, 2003.
- Гартман К. О. Стили. - М.: Искусство, 1998.
- Джи Б. Имидж фирмы - путь к успеху. - М.: Питер, 1998.
- Дэвис С. М. Управление активами торговой марки. - СПб.: Питер, 2001.
- Киселев Б. К, Алешина И, В. Основы стратегического управления: Учеб. пособие. -М.: ГАУ, 1993.
- Кузин Ф. А. Имидж бизнесмена. -М.: Ось-89, 1996.
- Льюис Р. Д. Деловые культуры в международном бизнесе. ? М.: Дело, 1999.
- Марвин Б. Маркетинг ресторана: Как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане. - М.: Изд-во Жигульского, 2002.
- Добробабенко Н.С. Фирменный стиль: принципы разработки. - М., 1989.

7.3. Интернет-ресурсы:

- Бренд-отели - <http://archidom.ru/content/827.html>
- Грюндтман Г. Дизайнер и гостиница // Материалы III Московского Международного Гостиничного Форума и Выставки . 18 - 20 ноября 2008 г. Москва - - <http://www.hfexpo.ru/mod=22&en=ru>
- ДИЗАЙН ОТЕЛЕЙ ? ОТ ГОСТИНИЦ РИЦ ДО ДОМАШНЕЙ ГОСТИНИЦЫ - <http://www.kvartirasuper.ru/Article.aspx?id=584>
- Интерьеры отелей - <http://www.archrevue.ru/hotel.html>
- Современный гостиничный дизайн//Материалы III Московского Международного гостиничного Форума. 2008 - www.hfexpo.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Дизайн гостиниц и ресторанов" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Освоение дисциплины "Дизайн гостиниц и предприятий питания" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audi, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Для обеспечения дисциплины вуз должен располагать специализированными кабинетами. Помещение кабинета/лаборатории должно быть оснащено необходимой учебной и учебно-методической литературой, оборудованием (мультимедийным компьютером, мультимедиапроектором, экраном на штативе), а также демонстрационными материалами.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 101100.62 "Гостиничное дело" и профилю подготовки не предусмотрено.

Автор(ы):

Зиновьева А.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Рубцов В.А. _____

"__" _____ 201__ г.