

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Александрович

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета

Дата подписания: 04.06.2026 12:09:15

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba8c8e00d0caae67

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования**

**«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

### **Методические указания**

#### **по выполнению практических работ**

по дисциплине «Управление брендами в индустрии гостеприимства»  
для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело,  
направленность (профиль) "Управление гостиничным и санаторно-  
курортным бизнесом»

Пятигорск, 2026

## **Введение**

Практическое занятие является важнейшей формой усвоения знаний. Очевидны три структурные его части: предваряющая (подготовка к занятию), непосредственно сам семинар (обсуждение вопросов темы в группе) и завершающая часть (после семинарская работа студентов по устранению обнаружившихся пробелов в знаниях).

Не только семинар, но и предваряющая и заключающая его части являются необходимыми звеньями целостной системы усвоения вынесенной на обсуждение темы.

Семинарское занятие является средством проверки знаний, отработки навыков самостоятельного изучения материалов по дисциплине, работы с литературой, умения логично и последовательно излагать усвоенный материал. Выступая на семинарском занятии, слушатели должны показать умение выделить основные положения, иллюстрировать их применение, а также делать практически значимые выводы из теоретических положений.

Ко всем темам семинарских занятий дан перечень наиболее важных вопросов, необходимых для усвоения, а также приведен список основной и дополнительной литературы, необходимой для изучения.

Для лучшего усвоения материала необходимо вести конспект в отдельной тетради. Такой конспект может быть в форме плана ответов по каждому вопросу темы, а в некоторых случаях и кратким ответом (со ссылками на соответствующий источник: нормативный материал или литературу).

На семинарском занятии большое внимание уделяется рассмотрению не только теоретических вопросов, но и выполнению практических упражнений, направленных на выработку умений и навыков культурной речи. К каждому семинарскому занятию студент подбирает материалы из методической литературы, СМИ, Интернета.

Рекомендуется в отдельной тетради вести словарь терминов (в алфавитном порядке) с пояснениями к ним.

Если слушатель не подготовился к семинарскому занятию или пропустил его по какой-то причине (в том числе и по болезни), он обязан во внеурочное время отчитаться по этой теме перед преподавателем, ведущим занятие в группе. При возникновении трудностей при изучении курса, необходимо посетить консультацию преподавателя, ведущего занятия, в соответствии с графиком консультаций, который имеется на кафедре Туризма и гостиничного дела.

При подготовке к семинарским занятиям по всем темам слушатели должны изучить:

- рекомендованную в плане семинарских занятий основную литературу;
- рекомендованную в плане семинарских занятий дополнительную литературу;
- нормативно-правовую документацию в области охраны труда и гражданской обороны.

## 2. План практических занятий

**Практическое занятие 1. Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления.**

**Цель:** Изучить новые ориентиры маркетинговой концепции управления.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование

**Вопросы для обсуждения:**

1. Положение маркетинга в организации
2. Роль маркетинга в компании и в рыночной экономике.
3. Элементы комплекса маркетинга, как направляющие линии в маркетинге

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 2. Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии гостеприимства.**

**Цель:** изучить инструменты анализа внешней и внутренней среды в индустрии туризма

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование

**Вопросы для обсуждения:**

1. Внешняя и внутренняя среда маркетинга
2. Обобщенная схема проведения стратегического анализа
3. Матрицы SWOT- анализа

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 3. Информационное обеспечение маркетинга в индустрии гостеприимства.**

**Цель:** изучить рынок маркетинговой информации.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование, тест

**Вопросы для обсуждения:**

1. Понятие и состав информационного обеспечения индустрии гостеприимства
2. Классификация информационных систем и технологий в индустрии гостеприимства
3. Государственные и муниципальные информационные системы в индустрии гостеприимства

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 4. Поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация и ожидания.**

**Цель:** изучить типаж потребителей.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование

**Вопросы для обсуждения:**

1. Модель поведения потребителя.
2. Факторы, оказывающие влияние на процесс принятия потребителем решения о покупке

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 5. Сегментационный подход к выбору целевых рынков.**

**Цель:** изучить целевой рынок.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование

**Вопросы для обсуждения:**

1. Определение рыночного сегмента.

2. Жизненный цикл товара.

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 6. Современные коммуникационные технологии продвижения в туризме на макро, мезо- и микроуровне.**

**Цель:** раскрыть коммуникационные технологии продвижения в туризме.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование, тест

**Вопросы для обсуждения:**

1. Материализация услуги.

2. Преодоление боязни риска у клиента.

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 7. Мировая и российская практика маркетинга бренда индустрии гостеприимства**

**Цель:** изучить маркетинг туристских дестинаций.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование

**Вопросы для обсуждения:**

1. Маркетинговые коммуникации.

2. Конкурентная борьба.

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 8. Планирование и организация рекламной кампании в индустрии гостеприимства**

**Цель:** изучить виды рекламных кампаний.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование

**Вопросы для обсуждения:**

1. Типы целей рекламных кампаний.

2. Основные факторы, влияющие на выбор и формирование целей рекламной кампании.

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

**Практическое занятие 9. Товарные знаки и брендинг как инструмент продвижения в индустрии гостеприимства**

**Цель:** изучить виды и предназначение товарных знаков.

**Организационная форма занятия:** семинар.

**Форма контроля:** собеседование, тест

**Вопросы для обсуждения:**

1. Позиционирование туристского бренда.

2. Регистрация товарного знака.

**Методические рекомендации:** изучить литературу по проблеме практического занятия, подготовить развернутые ответы по вопросам для обсуждения.

### **3. Список рекомендуемой литературы**

#### **Основная литература:**

1. Домнин, В.Н. Брендинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.Н. Домнин. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 313 с.
2. Идрис, М. Брендинг за 60 минут / М. Идрис. - М.: Эксмо, 2016. - 256 с.
3. Карпова, С.В. Брендинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 439 с.
4. Рожков, И.Я. Брендинг: Учебник / И.Я. Рожков. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 331 с.

#### **Дополнительная литература:**

1. Чернышева, А.М. Брендинг: Учебник для бакалавров / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 504 с.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публич рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2016. - 324 с.

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:**

1. <https://e.lanbook.com/> - Электронно-библиотечная система Лань;
2. <http://biblioclub.ru/> - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»;
3. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Пятигорский институт (филиал) СКФУ**

**Методические указания для обучающихся  
по организации и проведению самостоятельной работы**  
по дисциплине «Управление брендами в индустрии гостеприимства»  
для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, направленность  
(профиль) "Управление гостиничным и санаторно-курортным бизнесом»

Пятигорск, 2026

## **Введение**

Под самостоятельной работой студентов понимается планируемая учебная, учебно-исследовательская, а также научно-исследовательская работа студентов, которая выполняется во внеаудиторное время по инициативе студента или по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельной работы является изучение тем, не рассмотренных в течение аудиторных занятий. Задачи самостоятельной работы:

- сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой исследования при решении разрабатываемых в теоретической, практической и научной деятельности проблем и вопросов;

- сформировать и закрепить умение правильно, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь в рамках научного дискурса.

Выполнение заданий по самостоятельной работе позволяет студенту закрепить знания и приобрести практические навыки в области планирования профессиональной карьеры в сфере гостеприимства.

Для достижения высоких результатов усвоения учебного материала по курсу «Управление брендами в индустрии гостеприимства» студенту бакалавриата необходимо осознанно подходить к выполнению заданий для самостоятельной работы, внимательно ознакомиться с рекомендованной основной и дополнительной литературой.

Студенту бакалавриата необходимо помнить, что целью самостоятельных занятий по дисциплине «Управление брендами в индустрии гостеприимства» является обобщение и систематизация теоретических знаний, полученных на лекциях и практических занятиях.

В ходе подготовки к занятиям студенту бакалавриата следует учиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

## **1. Общая характеристика самостоятельной работы обучающихся при изучении дисциплины «Управление брендами в индустрии гостеприимства»**

К самостоятельной работе студентов относятся следующие виды работ:

- выполнение индивидуальных домашних заданий;
- написание конспектов, подготовка рефератов;
- самостоятельное изучение теоретического материала,
- выполнение письменных заданий (упражнений) к семинарским занятиям,
- подготовка докладов, докладов-презентаций и сообщений для выступления на семинарах.

Отдельной составляющей в итоговой оценке по предмету оценка самостоятельной работы не является. Вместе с тем оценка самостоятельной работы всё же имеет непосредственное отношение к итоговым результатам по дисциплине. Во-первых, оценка самостоятельной работы включается в оценку такой формы промежуточного контроля, как оценка текущей работы на семинарских занятиях. Во-вторых, так как самостоятельная работа по предмету поощряется, преподаватель может использовать (и, как правило, использует) баллы, накопленные по самостоятельной работе в качестве бонусной составляющей. В спорных ситуациях оценка самостоятельной работы может разрешить ситуацию в пользу студента.

Независимо от вида самостоятельной работы, критериями положительной самостоятельной работы могут считаться:

- а) умение проводить анализ;
- б) умение выделить главное (в том числе, умение ранжировать проблемы);
- в) самостоятельность в поиске и изучении литературы, т.е. способность обобщать материал не только из лекций, но и из разных прочитанных и изученных источников;
- г) умение использовать собственные примеры и наблюдения;
- д) заинтересованность в предмете;
- е) умение показать место данного вопроса в общей структуре курса, его связь с другими вопросами культуры речи;
- ж) умение применять свои знания для ответа на вопросы.

## **2. Методические рекомендации по изучению теоретического материала**

При работе с литературными источниками важно уметь правильно читать, понимать и запоминать прочитанное. Для понимания сложного текста важно не только быть внимательным при чтении, иметь знания и уметь их применять, но и владеть определенными мыслительными приемами. Один из них состоит в крайне важности воспринимать не отдельные слова, а предложения и даже целые группы предложений, т. е. абзацы.

При работе с литературой используются выписки (обязательное условие выписок – точное указание источника и места, откуда это выписано). Целесообразно выписки делать на карточках, что облегчает их хранение и использование. При заполнении карточек следует учитывать, что два самостоятельных вопроса заносить на одну карточку нельзя, т.к. это затруднит их классификацию и хранение. Карточка должна содержать обозначение ее содержания, номер или шифр, указывающий ее место в карточке, дату заполнения, библиографические данные. Записи на карточке следует располагать на одной стороне, они должны быть четкими и достаточно полными. При выписывании цитат крайне важно сохранять абсолютную точность при передаче мыслей автора, ставить их в кавычки. Пропуски в цитате допускаются (отмечаются многоточием), но они не должны изменять смысла высказывания. Цитата обязательно должна быть снабжена указанием источника.

В процессе работы над изучаемым материалом составляется план в целях более

четкого выявлении структуры текста, записи системы, в которой излагает материал данный автор, подготовки к выступлению, а также для написания какой-либо работы, записи своих мыслей с новой систематизацией материала. В плане могут встречаться отдельные цифры и другие фактические сведения, которые хотя и не являются собственно планом, но помогают в будущем его использовании (к примеру, при выступлении).

При изучении теоретического материала требуется составление конспекта.

**Конспект** – это краткая письменная запись содержания статьи, книги, лекции, предназначенные для последующего восстановления информации с различной степенью полноты.

Конспект – это систематическая, логически связанная запись, объединяющая план, выписки, тезисы или, по крайней мере, два из этих типов записи. Исходя из определения, выписки с отдельными пунктами плана, если в целом они не отражают логики произведения, если между отдельными частями записи нет смысловой связи, – это не конспект. В конспект включаются не только основные положения, но и доводы, их обосновывающие, конкретные факты и примеры, но без их подробного описания.

Конспектирование может осуществляться тремя способами:

- цитирование (полное или частичное) основных положений текста;
- передача основных мыслей текста «своими словами»;
- смешанный вариант.

Все варианты предполагают использование сокращений.

При написании конспекта рекомендуется следующая последовательность:

1. Проанализировать содержание каждого фрагмента текста, выделяя относительно самостоятельные по смыслу;
2. Выделить из каждой части основную информацию, убрав избыточную;
3. Записать всю важную для последующего восстановления информации своими словами или цитируя, используя сокращения.

Разделяют четыре вида конспектов:

- текстуальный,
- плановый,
- свободный,
- тематический.

**Текстуальный** состоит из отдельных авторских цитат. Необходимо только умение выделять фразы, несущие основную смысловую нагрузку. Это прекрасный источник дословных высказываний автора и приводимых им фактов. Текстуальный конспект используется длительное время.

**Плановый** – это конспект отдельных фрагментов материала, соответствующих названиям пунктов предварительно разработанного плана. Он учит последовательно и четко излагать свои мысли, работать над книгой, обобщая содержание ее в формулировках плана. Такой конспект краток, прост и ясен по своей форме. Это делает его незаменимым пособием при быстрой подготовке доклада, выступления.

**Свободный** конспект – индивидуальное изложение текста, т.е. отражает авторские мысли через ваше собственное видение. Требуется детальная проработка текста.

Свободный конспект представляет собой сочетание выписок, цитат, иногда тезисов, часть его текста может быть снабжена планом. Это наиболее полноценный вид конспекта.

**Тематический конспект** – изложение информации по одной теме из нескольких источников.

Составление тематического конспекта учит работать над темой, всесторонне обдумывая ее, анализируя различные точки зрения на один и тот же вопрос. Таким образом, этот конспект облегчает работу над темой при условии использования нескольких источников.

**Оформление конспекта**

1. Название конспектируемого произведения (или его части) и его выходных данных, т.е. библиографическое описание документа.

2. План текста.

3. Изложение наиболее существенных положений изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко своими словами или в виде цитат, включая конкретные факты и примеры.

4. Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, применять условные обозначения.

5. Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы «ступеньками» подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

6. Используйте реферативный способ изложения (например: «Автор считает...», «раскрывает...»).

7. Собственные комментарии полагайте на полях.

Итоговым продуктом самостоятельного изучения литературы по конкретным темам является конспект, средством оценки данного вида деятельности – собеседование, тестирование.

### **3. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)**

#### *Самостоятельное изучение теоретического курса*

Самостоятельное изучение теоретического материала предусмотрено на всём протяжении курса. Такая работа сопровождает лекционные, семинарские занятия, промежуточный и итоговый контроль, и в то же время является отдельным видом самостоятельной работы студента.

Источниками для самостоятельного изучения теоретического курса выступают:

- учебники по предмету;
- курсы лекций по предмету;
- учебные пособия по отдельным темам (например, по правилам оказания первой медицинской помощи);
- научные статьи в периодической печати и рекомендованных сборниках;
- научные монографии.

Умение студентов быстро и правильно подобрать литературу, необходимую для выполнения учебных заданий и научной работы, является залогом успешного обучения. Самостоятельный подбор литературы осуществляется при подготовке к практическим занятиям, подготовке к экзамену.

Существует несколько способов составления списка необходимой литературы.

Во-первых, в учебной программе дисциплины, в методических указаниях к семинарским занятиям приводится список основной и дополнительной литературы, которую рекомендуется изучить по соответствующей теме или разделу учебной дисциплины. При подготовке научных работ целесообразно изучать общий список литературы и делать выборку подходящей к теме литературы.

Во-вторых, в большинстве учебников, монографий и статей делаются ссылки, сноски на другие литературные источники, приводится список литературы по раскрываемой в книге проблеме. Целесообразно изучать научную ту литературу, на которую ссылаются исследователи в своих научных публикациях, поскольку изучение именно такой литературы формирует представление о состоянии и развитии того или иного вопроса.

В-третьих, поиску необходимой литературы существенно помогут различного рода библиографические указатели и пособия. В библиографическом отделе библиотеке можно воспользоваться такими указателями или прибегнуть к помощи специалистов-

библиографов.

*Самостоятельное выполнение заданий*

Задания для самостоятельной работы преимущественно содержатся в учебно-методическом комплексе дисциплины (методических указаниях к практическим занятиям и методических рекомендациях по организации самостоятельной работы студентов). Кроме того, задания и упражнения могут предлагаться преподавателем кафедры, ведущим практические занятия. На лекциях преподаватели также дают задания для самостоятельной работы.

В рамках самостоятельной работы студенты сами могут предлагать собственные темы и формы выполнения заданий, согласуя их с преподавателем.

Сдача задания производится преподавателю, ведущему семинарские занятия, в установленные им сроки.

**Виды самостоятельной работы:** самостоятельное изучение литературы, подготовка к практическим занятиям.

**Подготовку к конспектированию литературы** следует начинать с повторения материала лекции по соответствующей теме, а потом переходить к изучению материала учебника, руководствуясь вопросами к собеседованию.

Конспектирование материала способствует закреплению и углублению понимания изученного материала, а также приобретению навыков самостоятельного изучения литературы.

**Итоговый продукт самостоятельной работы:** конспект.

**Средства и технологии оценки:** собеседование.

#### **4. Методические указания по подготовке к собеседованию**

1. Брендинг территории.
2. Основные цели брендинга территории.
3. Первые стратегии продвижения территорий.
4. Процесс светского и религиозного брендинга территорий.
5. Современные примеры брендинга территорий.
6. Ключевые измерения ценности территориального бренда.
7. Основные принципы брендинга территорий.
8. Целевые группы территориального брендинга.
9. Опасность монобрендового господства на территории.
10. Сущность территориального брендинга в эпоху информации.
11. Аргументы, позволяющие управлять долгосрочным интересом к территории.
12. Последовательность шагов необходимых для достижения целей в брендинге территорий.
13. Направления брендинга территорий.
14. Модель бренда по Геду, какие.
15. Конкурентная идентичность.
16. Различие между брендингом товара или услуги и брендингом территории.
17. Источники информации о территории, на которой живут.
18. Влияние имидж территории на благосостояние жителей.
19. Наиважнейшая целевая аудитория для территории.
20. Причины территориального ребрендинга.
21. Главные принципы брендинга территорий
22. Публичная дипломатия.
23. Основные сравнительные характеристики общественной дипломатии и национального брендинга
24. Важность системности решения задач при формировании территориального брендинга.

25. Прагматичная идентичность, ее польза.
26. Механизм развития территории.
27. Два основных подхода к развитию бренда
28. Влияние брендов территорий на социальную стабильность и отношения с федеральными властями.

## **5. Список рекомендуемой литературы**

### **Перечень основной литературы:**

1. Домнин, В.Н. Брендинг: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.Н. Домнин. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 313 с.
2. Идрис, М. Брендинг за 60 минут / М. Идрис. - М.: Эксмо, 2016. - 256 с.
3. Карпова, С.В. Брендинг: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С.В. Карпова, И.К. Захаренко. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 439 с.
4. Рожков, И.Я. Брендинг: Учебник / И.Я. Рожков. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 331 с.

### **Перечень дополнительной литературы:**

1. Чернышева, А.М. Брендинг: Учебник для бакалавров / А.М. Чернышева, Т.Н. Якубова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 504 с.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2016. - 324 с.

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <https://e.lanbook.com/> - Электронно-библиотечная система Лань;
2. <http://biblioclub.ru/> - Электронная библиотечная система «Университетская библиотека on-line»;
3. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPRbooks