

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебно-методической работе


 _____ А.А. Панфилов
 « 20 » _____ 2016г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ДИЗАЙН ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Направление подготовки **43.03.03 «Гостиничное дело»**
 Профиль/программа подготовки **Гостиничная деятельность**
 Уровень высшего образования **Бакалавриат**
 Форма обучения **Очная**

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточно- го контроля (экз./зачет)
8-ий	2 ЗЕ, 72	18	18	-	36	Зачет
Итого	2 ЗЕ, 72	18	18	-	36	Зачет

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель формирование у студентов базовых теоретических знаний и практических навыков по фирменному стилю и дизайну гостиничных предприятий, интерьеру пространства, дизайну обслуживания, их роли в повышении конкурентоспособности гостиничных предприятий.

Задачи курса:

- рассмотрение роли дизайна интерьера гостиницы как средства активного воздействия гармоничного жилого пространства на состояние гостей;
- изучение элементарных основ дизайна интерьера, принципов и условий создания интерьеров гостиниц; овладение технологией поиска дизайнерских решений в интерьере гостиниц с учетом запросов потребителей;
- формирование творческого воображения, дизайнерского мышления и эстетического вкуса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Дизайн гостиничных предприятий» предназначена для студентов 4 курса (8 семестр), обучающихся по программе подготовки по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело» и входит в дисциплины по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина входит в состав дисциплин, формирующих профессиональные компетенции в области сервисной и проектной деятельности.

В соответствии с ОПОП ВО изучение курса «Дизайн гостиничных предприятий» базируется на знаниях, полученных при изучении таких дисциплин (разделов дисциплин) как: «Технологии гостиничной деятельности», «Сервисная деятельность», «Организация гостиничного дела», «Проектирование гостиничной деятельности».

В то же время компетенции, полученные при освоении дисциплины могут быть использованы при подготовке выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины «Дизайн гостиничных предприятий» обучающийся должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

- *готовностью к сервисной деятельности* в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями, к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, развитию клиентурных отношений (ПК-6);
- *готовностью к освоению теоретических основ проектирования* функциональных процессов гостиниц и других средств размещения на основе применения современных технологий и методов проектирования (ПК-12)

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- содержание ключевых понятий и категорий дизайна;
- особенности дизайна интерьера в сфере гостеприимства (ПК-12);
- как средствами дизайна выразить определённое настроение (ПК-6);

- дизайн виртуальной информации, фирменных и графических стилей (ПК-12);
- психофизиологические особенности цветов (ПК-6);
- современные методы дизайн-проектирования интерьера (ПК-12).

2) Уметь:

- понимать причинно-следственную связь принятия тех или иных дизайнерских решений (ПК-12);
- ориентироваться в различных типах графических форматов;
- создавать гармоничную предметно-пространственную среду (ПК-6);
- различать стили современного интерьера (ПК-12);
- формулировать концепцию проекта интерьера гостиницы (ПК-12).

3) Владеть:

- приёмами гармонизации цвета (ПК-6);
- разработкой колористической идеи;
- технологиями поиска и работы с различного рода источниками информации

Практические занятия по дисциплине ориентированы на применение современных образовательных технологий, включающих кейсы, разбор практических ситуаций и случаев, а также научные дискуссии по стилю и дизайну гостиничных предприятий, позволяющие сформировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем в области потребительского потребления услуг индустрии гостеприимства.

Применение аналитических данных позволяют сформировать у студента адекватное представление о состоянии, развитии и решении проблем в данной области.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Тема 1. История возникновения дизайна предприятий индустрии гостеприимства	8	1	2	2			2		2/50	
2	Тема 2. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства	8	2	2	2			6		2/50	
3	Тема 3. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства	8	3	2	2			6		2/50	
4	Тема 4. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета	8	4	2	2			4		2/50	
5	Тема 5. Стиль интерьера гостиницы и декорирование. Роль текстиля в дизайне гостиничных предприятий	8	5	2	2			4		2/50	Рейтинг-контроль № 1
	Тема 6. Ландшафтный дизайн гостиниц и отелей. Флористика и озеленение гостиниц	8	6	2	2			4		2/50	
	Тема 7. Фитодизайн в гостиницах и ресторанах	8	7	2	2			2		2/50	
	Тема 8. Музыка как элемент формирования фирменного стиля	8	8	2	2			2		2/50	Рейтинг-контроль № 2
	Тема 9. Разработка элементов фирменного стиля	8	9	2	2			6		2/50	Рейтинг-контроль № 3
Всего				18	18			36		18/50	зачёт

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбор конкретных ситуаций и др.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет более 20 % аудиторных занятий (определяется требованиями ФГОС ВО с учетом специфики ОПОП).

Для успешного освоения дисциплины предусмотрены различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения согласно основной образовательной программе, с учетом требований к объему занятий в интерактивной форме, а именно: работа в группах, рейтинг-контроль, кейс-стади, дискуссия, мультимедийные презентации и др.

План проведения аудиторного занятия

1. Название темы: «.....»

2. Лекция. На лекциях излагаются основные теоретические положения по изучаемой тематике. В процессе изложения всего лекционного материала по всем темам изучаемой дисциплины применяются информационно-коммуникационные технологии. По каждой теме лекционного материала разработаны презентации, которые предоставлены в электронном виде. Методические указания для обучающихся. Задания по теме занятия.

3. Самостоятельная работа по теме: оформление рефератов, докладов, эссе; решение ситуационных задач; работа с литературой и др. источниками.

Практическое занятие (семинар).

Практические занятия проводятся методом группового упражнения, индивидуальных упражнений и последующим обсуждением их решений. Практические занятия по дисциплине ведутся в форме активного обучения и нацелены на закрепление и углубление теоретических знаний студентов, полученных на лекциях и в процессе самостоятельного изучения специальной литературы.

Практические занятия по курсу предусмотрены в различных интерактивных формах: дискуссия, коллоквиум, круглый стол, и др.

Задания по подготовке к практическим занятиям могут принимать следующие формы:

- задания по изучению материалов лекций, учебных пособий и учебников (в сравнении и критике), нормативно-правовых документов;
- задания, связанные с работой с электронными источниками информации;
- задания по изучению материалов научных публикаций и статистических данных;
- задания по подготовке презентаций проектов, эссе и других видов сообщений;
- задания по применению метода «кейс-стади» при рассмотрении отдельных тем;
- задания по подготовке к дискуссиям, конференциям.

Итоговый контроль знаний: Подведение итогов.

Значение изучения темы:

- усвоение студентами теоретических и методологических основ;
- овладение современными методами исследования;
- ознакомление с методами и формами управления гостиничным бизнесом в рамках темы.

Цель занятия: На основе теоретических знаний и практических умений обучающийся должен:

Знать:

- специфику, задачи, методы изучения в рамках данной темы;
- условия и механизмы практического применения данной темы в современных организациях;

Уметь:

- успешно применять полученные знания в хозяйственной практике;

Владеть:

- основными и специальными методами изучаемой темы при организации и управлении на предприятии (в организации) индустрии гостеприимства.

Содержание курса дисциплины «Дизайн гостиничных предприятий»

Тема 1. История возникновения дизайна предприятий индустрии гостеприимства

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. Открытие высшей школы промышленного дизайна «Баухауз» в 1919 г. в Германии. Высшие художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС) в России (1920 г.). Появление рекламного дизайна в США (1928 г.). История стилей и художественных в искусстве оформления интерьера. Классификация стилей в дизайне интерьера. Исторические аспекты формирования дизайна гостиниц. Искусство современного дизайна. Предмет, объект, цель и методы дизайна. Дизайн в ряду других родственных ему практик. Особенности профессионального мышления дизайнера.

Тема 2. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства

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.

Тема 3. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства

Гостиница как объект разработки дизайна интерьера. Архитектурные аспекты построения и размещения гостиниц. Влияние интерьера и дизайна гостиниц на гостиничное предложение. Характерные особенности и составляющие интерьера общественных помещений. Основные технические нормативы и требования, определяющие структуру современного дизайна интерьеров гостиниц. Функциональность, конструктивность и художественная выразительность как основа гармоничной композиции пространственной среды.

Специфика пространственной организации и дизайна интерьера конкретных функциональных зон гостиницы: номерной фонд, рецепшн, холл, ресторан, кухня, кафе, бар и др. Конструктивные элементы: стены, перегородки, подиумы, лестницы. Окна, двери, арки, камин, подвесные потолки и др. Основные средства и приемы создания композиционного единства пространства в дизайне интерьера. Создание определенного образа дизайна интерьер-

ера гостиницы с учетом особенностей эмоционального восприятия формы. Лестница и каминны в интерьере.

Тема 4. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета

Декоративная и навигационная функции света. Влияние освещения на восприятие пространства. Использование естественного света в интерьере. Искусственное освещение. Характер выполняемых функций искусственного освещения: общее, локальное, декоративное. Типы освещения, применяемые в залах предприятий питания. Характеристика систем освещения, применяемых в ресторанах.

Формирование художественного образа дизайна интерьера на основе закономерностей психологического воздействия цвета на эмоциональное состояние человека. Свойства, характеристика и основные параметры цвета. Психофизическое воздействие цвета на человека. Гармония цвета в интерьере. Композиция цвета. Взаимосвязь цветового решения пространства и его функционально-утилитарного назначения. Специальные эффекты декоративной окраски. Характеристика национально-культурной специфики восприятия цвета. Исторически наиболее излюбленные цвета в России.

Тема 5. Стиль интерьера гостиницы и декорирование. Роль текстиля в дизайне гостиничных предприятий

Отличительные характеристики и атрибуты стилистического решения пространственной- среды гостиницы. Многообразие стилевых решений в дизайне интерьера гостиниц. Дизайнерские интерьеры гостиниц. Бутик-отели. Гармоничное сочетание элементов интерьера и предметов украшения.

Мебель и аксессуары в дизайне интерьера. Декорирование интерьера в зависимости от их зональной принадлежности: подбор мебели, аксессуаров, тканей и материалов. Оформление номеров, гостиничных ресторанов и банкетных залов с помощью текстиля.

Дизайн по фэн-шуй. Сущность понятия фэн-шуй. Принципы фэн-шуй в решении интерьера. Роль цвета в соответствии с 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. Ландшафтный дизайн гостиниц и отелей. Флористика и озеленение гостиниц

Понятие ландшафтного дизайна и его характеристика. История ландшафтного дизайна. Формирование стилей ландшафтного дизайна малые архитектурные формы.

Понятие флористического дизайна. Дизайн и цветочная аранжировка открытых пространств.

Тема 7. Фитодизайн в гостиницах и ресторанах

Цветочная аранжировка как важное направление в формировании фирменного стиля гостиничного предприятия. 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. Осо-

бенности флористического декора в гостиницах. Зимние сады в гостиницах.

Тема 8. Музыка как элемент формирования фирменного стиля

Музыка как инструмент формирования фирменного стиля. Факторы, которые необходимо учитывать, чтобы музыкальное сопровождение гармонично вписывалось в общую концепцию предприятия питания. Особенность 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.

Тема 9. Разработка элементов фирменного стиля

Имидж предприятия индустрии гостеприимства. Организация работы офиса как элемент формирования имиджа. Имиджевая реклама и паблик рилейшнз 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.

Корпоративная философия как инструмент создания фирменного стиля.

Тематика практических занятий

Тема 1. История возникновения дизайна предприятий индустрии гостеприимства

1. Определение термина «дизайн» и историческая трансформация его смысла.
2. Промышленный дизайн (индустриальный, транспортный).
3. Графический дизайн (промышленная графика, рекламная продукция, книжный дизайн, плакат).
4. Арт-дизайн (проектирование объектов, конструкций, выставок).
5. Дизайн среды (интерьер, экстерьер, ландшафтный дизайн, экологический дизайн).
6. Визаж (искусство макияжа), фитодизайн (флористика)
7. Компьютерный дизайн (web-странички, анимация), протодизайн, интуитивный дизайн, стихийный дизайн, фолк-дизайн, этнодизайн.

Тема 2. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства

1. Исторический очерк формирования элементов фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.
2. 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.
3. Особенности фирменного стиля современных предприятий индустрии гостеприимства.
4. Лучшие, необычные, выдающиеся отели мира

Тема 3. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства

1. Архитектурные аспекты построения и размещения гостиниц.
2. Характерные особенности и составляющие интерьера общественных помещений.
3. Основные технические нормативы и требования, определяющие структуру современного дизайна интерьеров гостиниц.
4. Специфика пространственной организации и дизайна интерьера конкретных функциональных зон гостиницы: номерной фонд, рецепшн, холл, ресторан, кухня, кафе, бар и др.
5. Основные средства и приемы создания композиционного единства пространства в дизайне интерьера.
6. Создание определенного образа дизайна интерьера гостиницы с учетом особенностей эмоционального восприятия формы.

Тема 4. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета

1. Природа света. Развитие представлений о свете и цвете с древних времен.
2. Отражение и преломление света. Электромагнитная теория света. Дифракция света. Люминесценция.
3. Источники света. Цвет при белом и цветном освещении.
4. Цветовые тренды. Причины существования моды на цвет.
5. Цвет и возраст. Цвет и пол. Цвет и этнические группы. Современные цветовые тренды. Цветовые ассоциации.
6. Самоанализ на основе цветовых предпочтений. Управление цветовыми настроениями.
7. Цвет в дизайнерском формообразовании.

Тема 5. Стиль интерьера гостиницы и декорирование. Роль текстиля в дизайне гостиничных предприятий

1. Многообразие стилевых решений в дизайне интерьера гостиниц. Дизайнерские интерьеры гостиниц. Бутик-отели.
2. Мебель и аксессуары в дизайне интерьера. Декорирование интерьера в зависимости от их зональной принадлежности
3. Оформления номеров, гостиничных ресторанов и банкетных залов с помощью текстиля.
4. Дизайн по фэн-шуй.

Тема 6. Ландшафтный дизайн гостиниц и отелей. Флористика и озеленение гостиниц

1. Понятие ландшафтного дизайна и его характеристика.
2. Стили ландшафтного дизайна и малые архитектурные формы.
3. Понятие флористического дизайна.
4. Дизайн и цветочная аранжировка открытых пространств.

Тема 7. Фитодизайн в гостиницах и ресторанах

1. Стили создания флористических композиций.
2. Особенности цветочных аранжировок в зале ресторана. Размещение цветочной композиции на банкетном столе.
3. Особенности флористического декора в гостиницах.
4. Зимние сады в гостиницах.

Тема 8. Музыка как элемент формирования фирменного стиля

1. Музыка как инструмент формирования фирменного стиля.
2. Особенность музыкальных программ национальных ресторанов.
3. Музыкальные стили в ресторанах-клубах.
4. Способы улучшить акустические свойства зала ресторана.
5. Регулирование периодичности обновления и громкости звука в различных музыкальных блоках.

Тема 9. Разработка элементов фирменного стиля

1. Корпоративная философия как инструмент создания фирменного стиля.
2. Сущность и цели корпоративной культуры в индустрии гостеприимства. Корпоративная идентичность. Декларация о миссии.
3. Имиджевая реклама и паблик рилейшнз в индустрии гостеприимства.
4. Составные элементы фирменного стиля гостиничного предприятия.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости и качества подготовки студентов производится в форме ответов на вопросы подготовки к практическим занятиям, обсуждения подготовленных докладов, участия в дискуссиях, решения кейсов, выполнения домашних заданий, рейтинг–контроль, который проводится в три этапа.

Промежуточная форма контроля – зачёт, который проводится после изучения дисциплины.

Ниже приводятся примеры заданий по различным темам дисциплины, на основе которых осуществляется контроль усвоения материала.

Тема 1. История возникновения дизайна предприятий индустрии гостеприимства

Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций

Задание 1.

Выявите исторические аспекты формирования гостиниц античного мира и Средних веков и проведите их сравнительный анализ.

Задание 2.

Выявите отличие гостиниц эпохи Ренессанса от барокко и рококо.

Задание 3.

Проклассифицируйте гостиницы.

Задание 4.

Выявите особенности гостиниц европейских и восточных стран.

Задание 5.

Определите характерные черты гостиниц готического стиля.

Кейс «Дизайн интерьеров»

Недавно созданная коммерческая компания, оказывающая услуги по проектированию, обратилась в PR-агентство с просьбой о помощи в продвижении. Основная проблема компа-

нии состояла в том, что она была вынуждена конкурировать с компаниями, которые десятилетиями работали в этом бизнесе. PR-агентство предложило ей сконцентрироваться на той сфере деятельности, в которой компания имела некоторые знания и преимущества. Предпочтение было отдано дизайну выставочных залов. Выбор был обусловлен еще и тем, что среди дизайнерских фирм было более распространено оформление офисов, нежели залов для показа мод.

PR-агентство провело ряд исследований частоты предложений такого рода услуг и влияния нового дизайна на увеличение доходов у залов для показа мод. Кроме того, была подготовлена статья о выявленной позитивной взаимосвязи между уровнем дизайна и доходностью, а также реклама для «New York Real Estate Journal». После публикации статьи и объявления компания заказала в редакции перепечатки этих материалов и подготовила письмо с предложениями для потенциальных клиентов, приобрела список более чем 700 юристов, работающих в области недвижимости. Владельцы новых выставочных залов обычно имеют своих юристов, договаривающихся о найме, и от них узнают о различных видах услуг.

Спустя несколько недель после отправки писем с предложениями и перепечатками, откликнулся юрист ведущей обувной фабрики с просьбой о встрече. Однако оказалось, что в борьбу за заказ от обувной фабрики также вступили два конкурента компании: у одного был стаж работы в этом бизнесе 25 лет, у другой - 18 лет. Компания, сознавая все опасности подобной конкуренции, серьезно подготовилась к встрече с потенциальным заказчиком. Был тщательно разработан полноцветный буклет, презентация и план проведения беседы, тогда как конкуренты компании были абсолютно спокойны, не считая заказ уникальным. В результате, это предложение, за которое впоследствии обувная фабрика заплатила 1,25 млн. долл., осталось за новой фирмой по проектированию.

Когда работа близилась к завершению, специалист PR-агентства подготовил рекламный текст, одобренный клиентом (обувной компанией). В тексте была представлена благодарность за превосходно выполненную работу. Рекламное объявление было размещено в ряде торговых изданий. Затем была подготовлена история о том, как осуществлялась и принималась работа. История вместе с объявлением и коммерческим предложением было разослано в 750 обувных компаний Нью-Йорка, штата Пенсильвания и штата Коннектикут. Затем был произведен обзвон клиентов. Это принесло компании еще 3 заказа на оформление демонстрационных залов.

Через две недели информационные бюллетени были разосланы каждому из получателей рекламы. Теперь о деятельности компании знали более чем 700 потенциальных клиентов. Многие менеджеры начали рекомендовать услуги фирмы новым арендаторам, которые собирались открывать новые демонстрационные залы. Затем снова и снова выполнялись копии статей, подготавливались письма с предложениями. Эффект оказался потрясающим: компания получила новые предложения оформить выставочные залы обуви. Компания стала экспертом в области дизайна залов показа не только обуви, но и аксессуаров и одежды.

Начав работать в новом качестве, компания отправляла во все издания, специализирующиеся на теме недвижимости и обуви, сообщения о ходе своей работы над проектом стоимостью в миллион долларов. С использованием этой информации был подготовлен и издан буклет для клиентов. Для средств массовой информации постоянно готовились пресс-релизы, рассказывающие о проектах, над которыми работала компания.

Вопросы

1. Какие средства маркетинговых коммуникаций использовала компания для получе-

ния заказов на оформление демонстрационных залов?

2. Каким из средств прямого маркетинга воспользовалась компания после завершения первого проекта?

3. С какой целью PR-агентство провело исследования частоты предложений оформительских услуг и влияния нового дизайна на увеличение доходов у залов для показа мод?

Тема 2. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства

Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций

Задание 1.

Выявите национальные особенности культурных символов дизайна. История формирования. Охарактеризуйте виды профессиональной этики на примере гостиничного предприятия, в котором вы проходили практику.

Задание 2.

Дайте описание основных элементов фирменного стиля отеля

<i>Элемент фирменного стиля</i>	<i>Описание элемента</i>
Торговый знак	
Логотип	
Слоган	
Фирменный цвет	
Фирменный блок	

Тема 3. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства

Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций, практикум

Практическое задание. Работа малых группах

Студентам предлагается составить схему функциональной организации гостиницы в соответствии с вариантом, который определяет преподаватель.

В отчете о проделанной работе необходимо представить:

- функциональную структуру гостиницы;
- определить схему размещения функциональных зон для вестибюльной группы;
- представить схему функциональной организации помещений вестибюльной группы;
- определить форму плана жилой части гостиницы;
- представить схему функциональной организации помещений одного из жилых этажей;
- представить схему функциональной организации помещений административного этажа.

Примерные варианты заданий:

1. Составить схему функциональной организации гостиницы отель-люкс на 80 мест.
2. Составить схему функциональной организации гостиницы среднего класса на 600 мест.
3. Составить схему функциональной организации гостиницы экономического класса на 120 мест.

Тема 4. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета

Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций, практикум

Практическое задание.

Студентам предлагается разработать интерьер гостиницы по нижеприведенному пла-

ну в соответствии с вариантом, который определяет преподаватель.

В отчете о проделанной работе необходимо представить интерьер гостиницы в соответствии с вариантом задания.

1. Разработать интерьер гостиницы апартамент на 210 мест в стиле «ретро» по следующим пунктам:

- особенность стиля интерьера;
- цветовое решение в интерьере, приемы цветового решения;
- освещение в интерьере, способы освещения номеров.

2. Разработать интерьер гостиницы отель-курорт на 260 мест в смешанном стиле по следующим пунктам:

- особенность стиля интерьера;
- аксессуары для оформления интерьера;
- цветовое решение в интерьере, приемы цветового решения;
- освещение в интерьере, способы освещения номеров.

3. Разработать интерьер гостиницы флотель на 630 мест в современном стиле по следующим пунктам:

- особенность стиля интерьера;
- цветовое решение в интерьере, приемы цветового решения;
- освещение в интерьере, способы освещения номеров.

Тема 5. Стиль интерьера гостиницы и декорирование. Роль текстиля в дизайне гостиничных предприятий

Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций, практикум

Практическое задание. Работа в малых группах

Студентам предлагается представить планировочную организацию основных типов гостиничных номеров в соответствии с вариантом, который определяет преподаватель.

В отчете о проделанной работе необходимо представить в масштабе несколько вариантов схем гостиничного номера с расстановкой в них мебели. При составлении схем следует учесть зонирование номера, необходимый набор мебели для каждой зоны и рекомендуемые размеры функциональных зон номера.

Примерные варианты заданий:

1. Представить 3-4 варианта планировочной организации одноместного гостиничного номера.

2. Представить 3-4 варианта планировочной организации двухместного гостиничного номера.

3. Представить 2-3 варианта планировочной организации трехместного гостиничного номера.

4. Представить 2-3 варианта планировочной организации четырехместного гостиничного номера.

5. Представить 2 варианта планировочной организации номера двухкомнатный одноместный люкс.

6. Представить 2 варианта планировочной организации номера двухкомнатный двухместный люкс.

7. Представить 2 варианта планировочной организации номера-апартаменты.

Тема 6. Ландшафтный дизайн гостиниц и отелей. Флористика и озеленение гостиниц

*Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций, практикум
Практическое задание.*

Студентам предлагается разработать проект озеленения гостиницы по нижеприведенному плану в соответствии с вариантом, который определяет преподаватель.

Примерные варианты заданий:

1. Разработать проект озеленения гостиницы отель-люкс на 80 мест в стиле «ретро».
2. Разработать проект озеленения гостиницы среднего класса на 600 мест в смешанном стиле.
3. Разработать проект озеленения гостиницы экономического класса на 120 мест в современном стиле.
4. Разработать проект озеленения гостиницы апартамент на 210 мест в стиле «ретро».
5. Разработать проект озеленения гостиницы отель-курорт на 260 мест в смешанном стиле.
6. Разработать проект озеленения гостиницы флотель на 630 мест в современном стиле.

Домашнее практическое задание. Разработка концепции дизайна пространства вокруг гостиницы.

Площадка произвольная. Схема подходов, подъездов, места для отдыха, терраса кафе. Эскизное рисование (в цвете). Масштаб 1:100. Размер площадки: со стороны улицы – длина строения 35 метров. Двор глубиной 40 метров. Размеры ориентировочные.

Тема 7. Фитодизайн в гостиницах и ресторанах

*Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций, практикум
Практическое задание. Работа в малых группах*

Студентам предлагается представить проект фито сопровождения в соответствии с вариантом, который определяет преподаватель.

Примерные варианты заданий:

1. Составьте проект цветочного оформления банкетного стола
2. Составьте проект цветочного оформления свадебного стола
3. Составьте проект цветочного оформления стола пира-фуршета
4. Составьте проект цветочного оформления стола пира-коктейля
5. Составьте проект цветочного оформления банкетного стола приёма по принципу «шведского стола»
6. Составьте проект цветочного оформления чайного стола (пир-чай)
7. Составьте проект цветочного оформления стола «Романтический ужин»
8. Составьте проект цветочного оформления стола «Романтический завтрак» в номере для новобрачных

Тема 8. Музыка как элемент формирования фирменного стиля

*Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций
Дополнительный опрос*

1. Какие факторы необходимо учитывать, чтобы музыкальное сопровождение гармонично вписывалось в общую концепцию предприятия питания?
2. На какие музыкальные стили ориентированы рестораны-клубы?
3. В чем особенность музыкальных программ национальных ресторанов?

4. Какие музыкальные блоки следует различать?
5. Как улучшить акустические свойства зала ресторана?
6. Какова периодичность обновления содержания музыкальных блоков?
7. Как регулируется громкость звука в различных музыкальных блоках?
8. На какие музыкальные стили ориентированы рестораны-клубы?

Тема 9. Разработка элементов фирменного стиля

Форма занятия – семинар, доклады в виде презентаций, защита графического проекта

Задание: работа в малых группах

«Разработка элементов фирменного стиля гостиничного предприятия»

Разработайте фирменный стиль следующих предприятий и оформите данные в виде сравнительной таблицы:

Предприятие сферы сервиса	Слоган	Фирменный цвет	Логотип	Описание интерьера	Описание униформы сотрудников
гостиница для отдыха
гостиница делового назначения
ресторан
турфирма

Работа представляется к защите в электронном (компьютерном варианте) и печатном виде: черно-белый или цветной варианты. Итог занятия - презентация и защита мини-проекта по предложенной теме. Работа в группах по 3-5 человек.

Критерии оценки выполненных практических заданий и кейсов

В ходе оценки результатов кейсов учитываются следующие критерии:

- 1) способность выделить проблему в деятельности конкретного предприятия;
- 2) способность использовать полученные знания для разработки проекта;
- 3) способность принимать обоснованные управленческие решения;
- 4) способность обобщить данные и представить аргументированные выводы;
- 5) способность четко, конкретно и грамотно излагать собственные мысли;
- 6) способность представить результаты в виде аналитической записки или презентации в формате PowerPoint.

Оценка «отлично» - изложение материала логично, грамотно, без ошибок; свободное владение профессиональной терминологией; умение высказывать и обосновать свои суждения; студент дает четкий, полный, правильный ответ на теоретические вопросы; теория свя-

зана с практикой

Оценка «хорошо» - студент грамотно излагает материал; ориентируется в материале, владеет профессиональной терминологией, осознанно применяет теоретические знания для решения кейса, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности; ответ правильный, полный, с незначительными неточностями или недостаточно полный

Оценка «удовлетворительно» - студент излагает материал неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения кейса, не может доказательно обосновать свои суждения; обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала.

Оценка «неудовлетворительно» - отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл, в ответе студента проявляется незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки в изложении, не может применять знания для решения кейса

Самостоятельная работа студентов призвана сформировать у него такие знания, умения и навыки, которые способствуют становлению научно подготовленного специалиста, квалифицированно и ответственно выполняющего на практике свои профессиональные обязанности.

В связи с этим, студент выполняет следующие виды самостоятельной работы:

1. Подготовка к лекциям. Студент должен иметь потенциальный запас знаний по теме будущей лекции. Для этого необходимо:

- ознакомиться с лекционным материалом, изложенным в учебниках, электронных источниках и т.п.;
- изучить категории и понятия, которые будут использованы в лекции;
- ознакомиться с дискуссионными проблемами будущей лекции;
- подготовить вопросы, требующие разъяснения или объяснения в ходе изложения лекции.

2. Подготовка к практическим занятиям. Практическое занятие – одна из широко применимых форм изучения учебного материала, заключающаяся в организованном обсуждении поставленных вопросов. На них обучающиеся углубляют, систематизируют и закрепляют знания, полученные на других видах занятий и в ходе самостоятельной работы. Подготовка к практическим занятиям предполагает:

- изучение материалов лекций, учебников, учебных пособий, первоисточников и материалов в электронных средствах информации;
- формирование умения выделять проблемные вопросы, отвечать по существу на поставленный вопрос, как в плане практического занятия, так и в индивидуальном задании студенту;
- формирование умения обобщать изучаемый материал, а также строить достаточно убедительные и аргументированные, обоснованные выводы;
- выработка навыков самостоятельного поиска научной информации, умения составлять библиографию или список литературы по теме, умения цитировать первоисточники по изучаемой проблеме, которые необходимы при составлении докладов, эссе, презентаций проектов и других видов сообщений.

3. Самостоятельная работа при подготовке к различным формам текущего и промежуточного контроля знаний:

- осмысление и систематизация знаний, полученных на лекциях, практических заня-

тиях, в ходе самостоятельной работы;

- знакомство с вопросами для самоконтроля и их уяснение;
- обращение к ранее изученным материалам по курсу;
- выделение непонятных вопросов и обращение за консультацией к преподавателю.

В целом, изучение курса «Дизайн гостиничных предприятий» предполагает следующие **виды самостоятельной работы:**

- знакомство с научными работами отдельных авторов либо (рекомендуемые источники приведены в списках литературы), и отчет о работе в виде конспекта при индивидуальном собеседовании с преподавателем на консультации;

- подготовка эссе, докладов, рефератов, презентаций с последующим их обсуждением на практических занятиях;

- обдумывание проблемных вопросов и проблемных ситуаций по тематике предстоящей лекции, практического занятия и выдвижение их для обсуждения в ходе дискуссии;

- подготовка к участию в дискуссиях, круглых столах, студенческих конференциях;

- выполнение заданий для самоконтроля при подготовке к практическим занятиям;

- подготовка к контрольному тестированию;

- опыт рецензирования прочитанной литературы, статей, учебников и монографий и т.п.;

- подготовка слайдов-иллюстраций для раскрытия изучаемой проблемы, блоков-схем для упрощенного визуального восприятия логической последовательности сложных вопросов.

РЕЙТИНГ-КОНРОЛЬ № 1

Тест

1. Дайте определение понятию «дизайн»

- а) это термин, обозначающий различные виды проектной деятельности, имеющей целью формирования эстетических и функциональных качеств предметной среды;
- б) это вид деятельности, формирующий внутреннее помещение;
- в) проектирование объектов культуры;
- г) создание эстетики предмета

2. Определите значение слова «интерьер»

- а) внутреннее пространство помещения, его устройство и убранство;
- б) функции внутреннего помещения;
- в) организация пространства;
- г) взаимосвязь помещений.

3. Многообразие типов гостиниц зависит от ..

- а) ориентации на различные социальные категории;
- б) комфорта;
- в) набора функциональных зон;
- г) климатических зон.

4. Назовите три крупных концерна гостиничного бизнеса в США

- а) «Хилтон», «Шератон», «Статлер»;
- б) «Риверсайд», «Хоуард-билдинг», «Мейрон»;
- в) «Хилтон», «Холляйн», «Фаррел»;
- г) «Хенбери», «Даунинг», «Риверсайт».

5. Специализированные гостиницы от обычных отличаются

- а) набором функций;

- б) высотой зданий;
- в) наличием стоянок автомобилей;
- г) размерами интерьеров.

6. Впервые ввела звездные категории гостиниц страна....

- а) США;
- б) Англия;
- в) Франция;
- г) Россия.

7. Культурные особенности дизайна в отелях Британии выражены в...

- а) изысканности;
- б) строгости интерьера;
- в) комфортности;
- г) многообразии.

8. Религиозные конфессии в восточных странах строили гостиницы..

- а) в местах, привлекающих паломников;
- б) на окраине;
- в) в центре города;
- г) по берегам рек.

9. Особенности дизайна античного мира

- а) одно-двух этажные сооружения, полы - земляные, глиняные, шиферные и деревянные, мозаика на стенах, статуи в комнатах, кровать с периной, стол мраморной или каменный, жаровня, сундуки-буфеты;
- б) здания в два этажа, небольшие комнаты, украшенные мозаикой; столы, деревянные, кровати, печи;
- в) одноэтажные дома с теплыми комнатами, отапливаемыми печами, и помещением для трапезы;
- г) трехэтажные сооружения с комнатами, оборудованными для отдыха, помещения для приема пищи, с каменными столами и кроватями с матрасами.

10. В античном мире интерьеры для богатых раскрашивались

- а) в яркие цвета;
- б) в белые цвета;
- в) в темные цвета;
- г) в желтые цвета.

11. Особенности интерьеров Древнего Египта и Древней Греции – это:

- а) наличие внутреннего двора для животных;
- б) сооружение пониженной этажности;
- в) колоннада в интерьере;
- г) хозяйственные постройки рядом с домом.

12. Светские интерьеры в эпоху Средневековья характеризовали

- а) большие просторные залы;
- б) богатые скульптурные украшения;
- в) цветные мозаики;
- г) деревянные некрашеные потолки.

13. Устройство места отдыха в замках в эпоху Средневековья – это:

- а) стены зала, где ели, спали и обсуждали дела приезжающие гости, были покрашены в светлые тона, потолки побелены. Постелью служили набитые соломой тюфяки, покрытые выши-

тыми покрывалами. Стены украшены геральдическими щитами, знаменами, оружием, охотничьими трофеями, арбалетами и мечами. Очаг располагался у окна;

б) в залах, где останавливались гости, стены были деревянные и темные потолки. По периметру висели украшения в виде знамен. Постелью служил матрас из высушенных трав;

в) комнаты для приезжих были теплые, отапливались каминами. На кроватях лежали матрасы из шерсти;

г) в номерах было мало мебели: стояла кровать и стол, сделанные из дерева.

14. В эпоху Готики основным строительным материалом для интерьера являлся:

а) мрамор;

б) кирпич;

в) дерево;

г) черепица.

15. В эпоху Ренессанса архитектура претерпевает изменения по сравнению с Средневековьем, а именно...

а) здания растут вверх с большими окнами;

б) на фасаде появляется множество мелких окон;

в) здания становятся пониженной этажности.

16. Цветовые предпочтения интерьеров в эпоху Ренессанса

а) белый;

б) коричневый;

в) красный;

г) зеленый.

17. Назовите декоративные элементы интерьера эпохи Ренессанса

а) двери были богато украшены растительными мотивами; гладкие беленые стены в комнатах расписаны фресками; в нижней части висели ковры; стояла скульптура, камин украшался резьбой, фруктовыми гирляндами; пол выложен терракотовыми плитками;

б) в каменных зданиях комнаты украшались декоративными панно, полы были деревянными;

в) интерьеры были декорированы лепниной и картинами на библейские сюжеты;

г) комнаты были светло выкрашены, на них висели картины, на полу стояли скульптуры, топили побеленными печами.

18. Украшения стен и потолков европейских интерьеров эпохи Барокко – это:

а) зеркала;

б) витраж;

в) мозаика;

г) глазурованная плитка.

19. Дверные проемы в интерьерах эпохи Барокко делали из материала...

а) мрамора;

б) дерева;

в) металла;

г) пластика.

20. Стиль Рококо зародился в стране...

а) Италии;

б) Франции;

в) Англии;

г) Венгрии.

21. Отличие стиля Барокко от Рококо

- а) мелкие детали в росписи стен;
- б) преобладание стеклянных поверхностей;
- в) наличие каменных плит на полах;
- г) зимние сады с экзотическими растениями.

22. В интерьерах эпохи Классицизма применяли потолок...

- а) плоский;
- б) рельефный;
- в) выпуклый;
- г) ступенчатый.

23. Стиль Классицизм зародился...

- а) во Франции;
- б) в Англии;
- в) в Германии;
- г) в Италии.

24. Назовите архитектора, который строил сооружения в Царском Селе

- а) Джакомо Кваренги;
- б) Чарльз Камертон;
- в) Валлен Деламот;
- г) Фридрих Шинкель.

25. Принципы организации интерьера в стиле «Неоклассицизм».

- а) характерны строгость, простота линий, четкость форм, наличие сдержанного декора. В гостиничных номерах: облегченная кровать с балдахином, шезлонг, кресло, шкафы в виде горки, бюро;
- б) отсутствие декора, в номерах мало мебели;
- в) на стенах висят ковры, большая громоздкая кровать, мебель мягкая;
- г) в номерах по стенам расположены лепные украшения, потолки расписаны, мебель тяжелая.

26. Печатные обои впервые вошли в моду в эпоху...

- а) Рококо;
- б) Ренессанс;
- в) Неоклассицизм;
- г) Готика.

27. Особенности стиля «Модерн»

- а) металлические каркасные конструкции;
- б) стеклянные панели;
- в) деревянные полы;
- г) ярко окрашенные стены.

28. Новый социалистический и политический уклад в России в 1917 г. отражал стиль...

- а) Конструктивизм;
- б) Кубизм;
- в) Футуризм;
- г) Хай-тек.

29. Подлинный расцвет стиля Ар-деко в 1920-1930 –е годы был в стране..

- а) США;
- б) Франции;

в) Англии:

г) России.

30. Организатор немецкой школы «Баухауз»

а) Вальтер Гропиус;

б) Александр Родченко;

в) Василий Кандински.

РЕЙТИНГ-КОНРОЛЬ № 2

Тест

1. Назовите функциональные зоны интерьера

а) вестибюльная со службами приема посетителей и зонами отдыха, номерной фонд, администрация, предприятия питания, технические помещения;

б) номерной фонд и ресторан;

в) вестибюль, номерной фонд, ресторан, гараж;

г) номерной фонд, ресторан, бар, администрация.

2. Основой планировочной структуры дизайна является...

а) коридорная с центральным лифтовым блоком или башенная с группировкой номеров вокруг лифтовых холлов;

б) высокий уровень инженерного оборудования;

в) кондиционирование воздуха в номерах;

г) ресторанная сеть обслуживания.

3. Отличие дизайна по набору функций

а) для различных видов деятельности;

б) для студентов;

в) для рыболовов;

г) для номенклатурных работников.

4. Основные интерьерные группы помещений предприятия различаются...

а) по функциям;

б) по размеру;

в) по цвету;

г) по климатическим характеристикам.

5. Основным структурно-типологическим элементом гостиницы является...

а) жилая ячейка;

б) прачечная;

в) хозяйственный блок;

г) зимний сад.

6. Оборудование гостиничного номера включает...

а) стандартный набор мебели;

б) кровать;

в) тумбочка;

г) шкаф.

7. Кемпинги предназначены для...

а) лагеря для туристов с автомобилями;

б) жилья для студентов;

в) турбазы для населения с небольшими доходами;

г) однодневного дома отдыха.

8. Наиболее экзотический лагерь - гостиница для туристов Парижа

- а) «Отель Клюни»
- б) «Хилтон»
- в) «Шератон»
- г) «Статлер»

9. Предпочитаемая обивка мебели в гостиницах европейского стиля

- а) под кожу;
- б) хлопок;
- в) шелк;
- г) под замшу.

10. Визуальные признаки хай-тека

- а) решетка стального каркаса;
- б) стеклянные поверхности стен;
- в) зеркальные панели;
- г) ярко окрашенные фасады.

11. Фирменный стиль – это ...

- а) совокупность приемов
- б) образная характеристика
- в) символическое значение
- г) философская категория

12. Единство фирменного стиля в интерьере дизайна достигается

- а) взаимосвязью и соотношением компонентов объемно-пространственного решения, цветовой композиции, приемов освещения и декоративных элементов;
- б) соотношением функциональных зон;
- в) размещением мебели;
- г) использованием предметов дизайна.

13. Объемно-планировочное решение интерьеров производится в зависимости от ...

- а) класса;
- б) места расположения;
- в) идеи автора;
- г) потребности клиента.

14. Интерьеры можно разделить на две категории...

- а) динамичные и статичные;
- б) комфортабельные и некомфортабельные;
- в) большие и маленькие;
- г) красивые и некрасивые.

15. При оформлении интерьеров используются

- а) разные стили;
- б) один стиль;
- в) изящный стиль;
- г) высокий стиль.

16. Дизайн коммерческого предприятия предусматривает использование фигурных керамических облицовочных плиток для...

- а) стен и перегородок;
- б) потолка;

- в) пола;
- г) туалетных комнат.

17. Для оформления ресторанов используется...

- а) долговечные облицовочные декоративные материалы;
- б) недолговечные облицовочные декоративные материалы;
- в) световые эффекты;
- г) зарубежные предложения.

18. Добиться высокого фирменного стиля в оформлении интерьеров можно

- а) гармоничным сочетанием художественных мотивов;
- б) использованием современных материалов;
- в) с помощью цвета;
- г) внедрением высоких технологий.

19. Роль цвета в композиции интерьера играет

- а) знакового символа в пространстве, служит для ориентации, создает благоприятные условия для работы и отдыха;
- б) успокаивающую или увеселительную;
- в) отрицательную, вызывая негативные эмоции;
- г) пространственного разделения.

20. Гармоничное сочетание цветов – это...

- а) согласованность и стройность;
- б) самостоятельность;
- в) многообразие;
- г) монотонность.

21. Полихромия интерьера зависит от

- а) цветности и силы источника света;
- б) цвета мебели;
- в) цветового решения стен и потолка;
- г) яркости света.

22. Количество цвета в интерьере должно быть...

- а) минимально необходимым для качественного восприятия;
- б) максимальным;
- в) минимальным;
- г) средним, исключая возбуждение человека.

23. Использование различных приемов светового оформления в интерьере влияет на

- а) размер помещений;
- б) фактуру стен;
- в) прозрачность стеклянных поверхностей.

24. «Светящиеся потолки» применяют для...

- а) увеличения объема помещений;
- б) однородности интерьера;
- в) экономии;
- г) вечернего светового эффекта.

25. Декоративное освещение потолка достигается ...

- а) использованием светящихся панелей светильников;
- б) настенными бра;
- в) использованием мощных светильников;

г) зеркальными поверхностями.

26. В интерьере участвуют системы освещения

- а) три;
- б) два;
- в) пять;
- г) десять.

27. Цветовые предпочтения в формировании фирменного стиля в России – это...

- а) красный, синий, белый;
- б) синий, зеленый, красный;
- в) оранжевый, синий, красный;
- г) зеленый, желтый, белый.

28. Количество видов освещения, которое в зале ресторана должно быть...

- а) три;
- б) пять;
- в) десять;
- г) два.

29. К общему освещению относят...

- а) светильники под потолком и на стенах;
- б) напольные светильники;
- в) торшеры в углах;
- г) элементы оборудования и декоративного оформления.

30. Индустриальная отделка интерьера включает преимущественно...

- а) покраску;
- б) керамическую плитку;
- в) облицовку камнем;
- г) присыпку каменной крошкой.

Критерии оценки рейтинг-контроля № 1 и № 2

Результатом проверки рейтинг-контроля № 1 и № 2 является оценка, выставляемая по 15-ти балльной шкале, где каждый правильный ответ оценивается в 0,5 балла.

РЕЙТИНГ-КОНРОЛЬ № 3

Тест

1. Флор-декор используется в помещениях...

- а) ресторане;
- б) жилых комнатах;
- в) лестничных площадках;
- г) рецепции.

2. Для оформления вестибюлей используют растения...

- а) пальму;
- б) березу;
- в) сосну;
- г) дуб.

3. Ротанговая мебель изготавливается из...

- а) пальмы лианы;
- б) дуба;

в) ясеня;

г) ореха.

4. Самый большой отель находится в городе

а) Лас-Вегасе;

б) Париже;

в) Нью-Йорке;

г) Лондоне.

5. Огромный вертикальный аквариум с ярко-синей водой поставлен в гостиничном вестибюле в городе

а) Берлине;

б) Софии;

в) Будапеште.

6. Суперкомфортный поезд «Воет очный экспресс» (гостиница на колесах) курсирует между...

а) Парижем и Стамбулом;

б) Берлином и Каиром;

в) Варшавой и Пекином;

г) Веной и Дамаском.

7. Первый в мире музыкальный отель от крылся в...

а) Франции;

б) США;

в) Индонезии;

г) Англии.

8. «Отель на вершинах деревьев» находится в одном из пригородных парков...

а) Кении;

б) Индии;

в) Израиля;

г) США.

9. Уникальным подводным отелем гордится.

а) Австралия

б) Мексика

в) Египет

г) Турция

10. Жилые комнаты гостиниц имеют не номера, а названия в...

а) Японии;

б) Китае;

в) Корее;

г) Вьетнаме.

11. В композиции фирменного знака участвует..

а) сочетание контрастных или соединение однообразных и различных фигур;

б) использование родственных форм;

в) ряд высоких фигур;

12. На качественное восприятие изображения фирменного знака влияет ...

а) иллюстрированная форма;

б) освещение;

в) цвет;

г) декоративная символика.

13. Федор Шаляпин останавливался в начале XX века в Москве в отеле...

- а) «Метрополь»;
- б) «Националь»;
- в) «Савой»;
- г) «Яр».

14. Конструктивисты дали интересные образцы новой мебели и оборудования интерьеров в 20-30-е XX века...

- а) А.М. Родченко и В.Е. Татлин;
- б) А.А. Экстер;
- в) В.С. Попова;
- г) К.С. Малевич.

15. Выдвинул целую программу новой предметной среды в 20-30-е годы XX века художник...

- а) К. Малевич;
- б) В.Кандинский;
- в) А. Родченко;
- г) В. Татлин.

16. Взаимосвязь цвета с разной фактурой ('грубой, гладкой, зеркальной; выражается...

- а) грубая согласуется с контрастной полихромией;
- б) гладкая предусматривает развитие нюансной полихромии;
- в) зеркальная снижает насыщенность цветов;
- г) зеркальная увеличивает светлость цвета.

107. В зависимости от положения формы в пространстве полихромия меняет свою активность

- а) теплая полихромия воспринимается с меньшей дистанции;
- б) цвета на переднем плане становятся более холодными;
- в) с увеличением дистанции активность полихромии увеличивается;
- г) на переднем плане полихромия тускнеет.

18. Защитные средства фэн-шуй...

- а) растения и символы;
- б) вода;
- в) воздух;
- г) земля.

19. Символическое значение в интерьере комнаты поучению фэн-шуй имеет...

- а) форма комнаты;
- б) спинка кровати;
- в) высота стола;
- г) расположение шкафа.

20. В интерьере для определенных функциональных помещений фэн-шуй рекомендует пользоваться разными цветами...

- а) синим не рекомендует в помещениях для активного отдыха;
- б) желтым в ночных клубах;
- в) красным в людных местах;
- г) красным в комнатах отдыха.

21. Фен-шуй рекомендует обратить внимание на спинку кровати...

- а) треугольная для тех, кто не любит спать много;
- б) квадратная благоприятна для людей творческих профессий;
- в) волнообразная для рабочих профессий;
- г) изогнутая посередине не благоприятна для всех.

22. Положительный результат внедрения фирменного стиля дизайна формируется...

- а) целенаправленной информационной работой, осуществляемой посредством рекламы;
- б) представлением работников фирмы о своей работе;
- в) посредством безукоризненного обслуживания;
- г) знанием этикета.

23. Стиль дизайна отражает...

- а) идеологию компании, ее подход к бизнесу;
- б) настроение и квалификацию художника;
- в) компетентность администратора;
- г) конкурентоспособность предприятия.

24. В начале XXI века наибольшей популярностью пользуются гостиницы в европейском стиле, расположенные...

- а) в замках;
- б) в маленьких городах;
- в) в центре крупных городов;
- г) вдали от населенных мест.

25. Для потенциальных потребителей эффективна ...

- а) реклама элементов обслуживания;
- б) деятельность предприятия обслуживания;
- в) конкурентоспособность предприятия;
- г) представление работников фирмы о своей организации.

26. Гостеприимность в отеле- это...

- а) человеческие взаимоотношения, искренность и заинтересованность обслуживающего персонала;
- б) безукоризненное с технической точки зрения обслуживание;
- в) чистота и комфорт;
- г) наличие ресторана высокого класса.

27. Одним из главных и самых распространенных носителей фирменного стиля дизайна является...

- а) визитная карточка;
- б) плакат;
- в) план-карта;
- г) путеводитель.

28. Для достижения финансового процветания была разработана система членства, включающая...

- а) три уровня;
- б) два уровня;
- в) четыре уровня;
- г) пять уровней.

29. На первой стадии работа над фирменным стилем начинается с...

- а) определения названия компании;
- б) выбора цветовых предпочтений;

- в) поиска логотипа;
- г) заключением договора с типографией.

30. Набор цветовых, графических, словесных и иных констант, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров фирмы, исходящей от нее информации, внутреннего и внешнего оформления:

- а) фирменный блок;
- б) фирменный стиль;
- в) фирменный бренд;
- г) фирменный знак;
- д) фирменный символ.

Реферат

Примерная тематика рефератов и эссе

1. Исторические сведения об освещении жилого пространства
2. Растения в интерьере.
3. Физиологические ассоциации, вызываемые цветом и цветовыми сочетаниями
4. Эмоциональные ассоциации вызывают цвета и цветовые сочетания
5. Характеристика видов зрительных иллюзий при восприятии цветов.
6. Взаимосвязь цвета и основного цвета интерьера.
7. Цвет и ощущение пространства.
8. Цвет и подбор отделочных материалов.
9. Цвет как фактор психофизиологического воздействия
10. Исторические сведения об освещении жилого пространства
11. Цвет как элемент знаковой системы
12. Символика цвета в культуре древних цивилизаций
13. Интерпретация цвета в различных регионах мира
14. Типы цветового поведения людей
15. Исторические сведения о возникновении искусственного источника света
16. Типы гармонических цветовых сочетаний
17. Принцип однотоновых гармонических сочетаний цветов
18. Взаимосвязь эмоционально-психологического взаимодействия цветов и проектирования предметов быта
19. Воздействие спектральных цветов на психику и физиологию человека
20. Нижнее и верхнее освещение в интерьере.
21. «Живой» свет: свечи и камины.
22. Исторический аспект цвета в интерьере
23. Символика желтого цвета в разных странах и использование его в интерьере
24. Лучшие дизайнеры в Европе.
25. Самые маленькие отели мира

Форма отчетности: презентация реферата, составление эссе.

Реферат - это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

В ходе занятия каждый студент представляет результаты своего реферата (исследовательского проекта) в виде презентации (использование раздаточного материала, слайдов, мультимедиа для иллюстрации реферата (проекта) – приветствуется и повышает оценку). Время презентации ограничивается – не более 5-7 минут. В конце занятия преподаватель подводит итоги, оценивает работу каждого студента и аргументирует выделение лучших рефератов (проектов).

Критерии оценки рейтинг-контроля № 3

Результатом проверки теста в рейтинг-контроле № 3 является оценка, выставляемая по 15-ти балльной шкале, где каждый правильный ответ оценивается в 0,5 балла.

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению. Оценка реферата (эссе) проводится по 15-ти балльной шкале.

Оценка «отлично» (15-13 баллов) - выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

Оценка «хорошо» (12-11 баллов) - основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

Оценка «удовлетворительно» (10-8 баллов) - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

Оценка «неудовлетворительно» (до 7 баллов) - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы или реферат не представлен вовсе.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЁТУ ПО КУРСУ «ДИЗАЙН ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ»

1. Дайте определения понятий: «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», «имиджелогия», «имиджмейкер», «имиджмейкерство», «имидж корпоративный».
13. Какие ассоциативные уровни включает образ, который несет 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. Раскройте содержание понятий динамического и статического интерьера
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. Факторы формирования эффективного фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.

40. Оценка эффективности формирования фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства.

Зачёт проводится традиционным способом в устной форме.

Итоговая оценка студента за курс обучения складывается из результатов балльно-рейтинговой системы по стобалльной шкале и затем переводится в обычную пятибалльную шкалу. Максимальный балл в семестре – 100 баллов:

- посещаемость занятий – мах 5 баллов;
- рейтинг-контроль – мах 15, 15, 30 баллов;
- итогов выполнения самостоятельных работ – мах 20 баллов;
- ответы на практических занятиях - мах 10 баллов;
- бонусы – мах 5 баллов за результаты НИРС;

4) ответа на зачёте – мах 40 баллов

Критерии оценки ответа на зачёте:

– 35-40 баллов, если студент обладает глубокими и прочными знаниями программного материала; при ответе на все вопросы продемонстрировал исчерпывающее, последовательное и логически стройное изложение; правильно сформулировал понятия и закономерности по вопросам; использовал примеры из дополнительной литературы и практики; сделал вывод по излагаемому материалу;

– 25-34 балла, если студент обладает достаточно полным знанием программного материала; его ответ представляет грамотное изложение учебного материала по существу; отсутствуют существенные неточности в формулировании понятий; правильно применены теоретические положения, подтвержденные примерами;

– 15-24 балла, если студент имеет общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений; формулирует основные понятия с некоторой неточностью; затрудняется в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения.

– 0-14 баллов, если студент не знает значительную часть программного материала; допустил существенные ошибки в процессе изложения; не умеет выделить главное и сделать вывод; приводит ошибочные определения; ни один вопрос не рассмотрен до конца, наводящие вопросы не помогают.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Смирнова Л.Э. История и теория дизайна [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Красноярск: СФУ, 2014. – 224 с. URL: biblio-club.ru/index.php?page=book&id=435841
2. Матюнина Д.С. История интерьера [Электронный ресурс]: учебное пособие. - М.: Академический проект, 2012. – 542 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225125](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225125)
3. Основы методологии проектирования в промышленном дизайне [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. П. Михеева [и др.]. - Владимир: ВлГУ, 2014. - 80 с. URL: <http://e.lib.vlsu.ru/bitstream/123456789/3608/1/01337.pdf>*
4. Черняева, Е.В. Основы ландшафтного проектирования и строительства [Электронный ресурс] / Е.В. Черняева, В.П. Викторов. - М.: МПГУ, - 220 с. URL: [//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274982](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=274982)

б) дополнительная литература

1. Калмыкова Н.В. Дизайн поверхности: композиция, пластика, графика, колористика: учебное пособие / Н. В. Калмыкова, И. А. Максимова. – М.: Книжный дом «Университет», 2015. - 153 с.*
2. Методики составления цветофактурных схем [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.Ф. Зиятдинова, Д.А. Ахметова, Н.Ф. Тимербаев. - Казань: Издательство КНИТУ, 2014. – 112 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785788215686.html>*
3. Перелович Н.В. Использование элементов ландшафтного дизайна в организации пришкольной территории [Электронный ресурс] : учеб. пособие/. - М.: Прометей, 2013. – 122 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785704224440.html>*
4. Управление проектом в сфере графического дизайна [Электронный ресурс] / Розета Мус, Ойана Эррера и др.; Пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2013. – 220 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961422467.html>*
5. Хамматова В.В. Дизайнеры России, США, Японии и Германии XX века [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.В. Хамматова, А.Ф. Салахова, А.И. Вильданова - Казань: КНИТУ, 2013. – 112 с. URL:<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785788211947.html>*

в) периодические издания

1. Дизайн. Материалы. Технология*
2. Гостиничное дело*
3. Отель*

*Примечание: * - литература из фонда библиотеки ВлГУ*

г) электронные ресурсы:

1. <http://edu.ru/> - Федеральный портал «Российское образование»
2. <http://ecsocman.edu.ru/> - Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»
3. <http://openet.edu.ru/> - Российский портал открытого образования
4. <http://www.russiatourism.ru> – Федеральное агентство по туризму РФ
5. <http://www.mobile.ru> – Туризм и образование
6. <http://frio.ru/> - Федерация ресторанов и отельеров
7. www.consultant.ru – Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
8. <http://library.vlsu.ru/> - сайт научной библиотеки ВлГУ

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Дизайн гостиничных предприятий» используются специализированная аудитория с ПК и компьютерным проектором, компьютерный класс, наборы презентаций для лекционных и практических занятий, отражающие научную и прикладную проблематику данного курса, библиотека ВлГУ.

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными физическими возможностями при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело»

Рабочую программу составил

к.т.н., доцент М.В. Нумина

Рецензент (представитель работодателя)

Зам Директора ООО «Золотые ворота»

(место работы, должность, ФИО, подпись)

Т.В. Захарова



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерция и гостеприимство»

Протокол № 8 от 18.01.2016 года

Заведующий кафедрой

О.Б. Ярьс

(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.03 «Гостиничное дело»

Протокол № 3 от 20.01.2016 года

Председатель комиссии

Полоцкая О.П.

(ФИО, подпись)

Полоцкая