

**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 » \_\_\_\_\_ 01 \_\_\_\_\_ 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ДИЗАЙН ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»  
 Профиль/программа подготовки «Гостиничная деятельность»  
 Уровень высшего образования бакалавриат  
 Форма обучения заочная (ускоренное обучение на базе СПО) 2015

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежу- точного кон- троля (экз./зачет)
5	2 / 72	4	4		64	зачёт
Итого	2 / 72	4	4		64	зачёт

## 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, 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	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		
1	Тема 1. История возникновения дизайна предприятий индустрии гостеприимства	5					7		
2	Тема 2. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства	5	2	1			7	1/33	
3	Тема 3. Дизайн предприятий индустрии гостеприимства	5	2	1			7	1/33	
4	Тема 4. Свет, форма и цвет. Психологическое воздействие цвета	5		1			7	1/100	
5	Тема 5. Стиль интерьера гостиницы и декорирование. Роль текстиля в дизайне гостиничных предприятий	5		1			7	1/100	
6	Тема 6. Ландшафтный дизайн гостиниц и отелей. Флористика и озеленение гостиниц	5					7		
7	Тема 7. Фитодизайн в гостиницах и ресторанах	5					7		
8	Тема 8. Музыка как элемент формирования фирменного стиля	5					7		
9	Тема 9. Разработка элементов фирменного стиля	5					8		
Всего			4	4			64	4/50	зачёт

## Содержание 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 интерьера гостиницы с учетом особенностей эмоционального восприятия формы. Лестница и камин 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. Исто-

рически наиболее излюбленные цвета в России.

### **Тема 5. Стил ь 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. Ландшафтн ый 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. Особенности 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.

приимства. PR-средства, используемые для улучшения производственных отношений в коллективе предприятия гостинично-ресторанного бизнеса.

Корпоративная философия как инструмент создания фирменного стиля.

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» реализация компетентностного 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, кейс-стади, 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.

4. Практическое занятие

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.

### Тематика практических занятий

**Тема 2. Основы создания фирменного стиля предприятий индустрии гостеприимства**  
*Форма занятия – практикум, доклады в виде презентаций*

1. Исторический очерк формирования элементов фирменного стиля предприятий ин-

дустрии 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**

*Форма занятия – доклады в виде презентаций, практикум*

1. Архитектурные аспекты построения и размещения гостиниц.

2. Основные технические нормативы и требования, определяющие структуру современного дизайна интерьеров гостиниц.

3. Специфика пространственной организации и дизайна интерьера конкретных функциональных зон гостиницы: номерной фонд, рецепшн, холл, ресторан, кухня, кафе, бар и др.

4. Основные средства и приемы создания композиционного единства пространства в дизайне интерьера.

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

*Форма занятия – доклады в виде презентаций, практикум*

1. Природа света. Развитие представлений о свете и цвете с древних времен.

2. Источники света. Цвет при белом и цветном освещении.

3. Цветовые тренды. Причины существования моды на цвет.

4. Цвет и возраст. Цвет и пол. Цвет и этнические группы. Современные цветовые тренды. Цветовые ассоциации.

5. Самоанализ на основе цветовых предпочтений. Управление цветовыми настроениями.

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

*Форма занятия – доклады в виде презентаций, практикум*

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. Оформление номеров, гостиничных ресторанов и банкетных залов с помощью текстиля.

4. Дизайн по фэн-шуй.

## **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, решения кейсов, тестирование, выполнения домашних заданий.

Промежуточная форма контроля – зачёт.

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

## *Примеры практических заданий*

### *Задание 1.*

Выявите особенности гостиниц европейских и восточных стран.

### *Задание 2.*

Определите характерные черты гостиниц готического стиля.

### *Задание 3.*

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

### *Задание 4.*

Дайте описание основных элементов фирменного стиля отеля

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

### *Практическое задание. Работа малых группах*

Студентам предлагается разработать интерьер гостиницы по нижеприведенному плану 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.

### *Кейс*

#### *«Дизайн интерьеров»*

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



яния 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 получения 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?

**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 занятиях, в ходе самостоятельной работы;
- обращение к ранее изученным материалам по курсу;
- выделение непонятных вопросов и обращение за консультацией к преподавателю и др.

### **Темы, вынесенные на самостоятельное изучение**

Тема 1. История возникновения дизайна предприятий индустрии гостеприимства

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

Тема 7. Фитодизайн в гостиницах и ресторанах

Тема 8. Музыка как элемент формирования фирменного стиля

Тема 9. Разработка элементов фирменного стиля

### **ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ**

**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, отопляемыми печами, и помещением для трапезы;
- г) трехэтажные сооружения с комнатами, оборудованными для отдыха, помещения для при-

ема 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 некрашенные 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 вышитыми 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.

ми;

- 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 тяже-

лая.

**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.

**31. 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.

**32. 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.

**33. Отличие дизайна по набору функций**

- а) для различных видов деятельности;
- б) для студентов;
- в) для рыболовов;
- г) для номенклатурных работников.

**34. 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.

**36. Оборудование гостиничного номера включает...**

- а) стандартный набор мебели;
- б) кровать;
- в) тумбочка;
- г) шкаф.

**37. Кемпинги предназначены для...**

- а) лагеря для туристов с автомобилями;
- б) жилья для студентов;
- в) турбазы для населения с небольшими доходами;
- г) однодневного дома отдыха.

**38. Наиболее экзотический лагерь - гостиница для туристов Парижа**

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

**39. Предпочитаемая обивка мебели в гостиницах европейского стиля**

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

**40. Визуальные признаки хай-тека**

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

**41. Фирменный стиль – это ...**

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

**42. 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.

**43. Объемно-планировочное решение интерьеров производится в зависимости от ...**

- а) класса;
- б) места расположения;

- в) идеи автора;
- г) потребности клиента.

**44. Интерьеры можно разделить на две категории...**

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

**45. При оформлении интерьеров используются**

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

**46. Дизайн коммерческого предприятия предусматривает использование фигурных керамических облицовочных плиток для...**

- а) стен и перегородок;
- б) потолка;
- в) пола;
- г) туалетных комнат.

**47. Для оформления ресторанов используется...**

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

**48. 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.

**49. 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.

**50. Гармоничное сочетание цветов – это...**

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

**51. Полихромия интерьера зависит от ....**

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

**52. Количество цвета в интерьере должно быть...**

- а) минимально необходимым для качественного восприятия;



- б) максимальным;
- в) минимальным;
- г) средним, исключаящим возбуждение человека.

**53. Использование различных приемов светового оформления в интерьере влияет на**

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

**54. «Светящиеся потолки» применяют для...**

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

**55. Декоративное освещение потолка достигается ...**

- а) использованием светящихся панелей светильников;
- б) настенными бра;
- в) использованием мощных светильников;
- г) зеркальными поверхностями.

**56. В интерьере участвуют системы освещения**

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

**57. 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.

**58. Количество видов освещения, которое в зале ресторана должно быть...**

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

**59. К общему освещению относят...**

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

**60. Индустриальная отделка интерьера включает преимущественно...**

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

**71. Флор-декор используется в помещениях...**

- а) ресторане;
- б) жилых комнатах;

- в) лестничных площадках;
- г) рецепции.

**72. Для оформления вестибюлей используют растения...**

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

**73. Ротанговая мебель изготавливается из...**

- а) пальмы лианы;
- б) дуба;
- в) ясеня;
- г) ореха.

**74. Самый большой отель находится в городе**

- а) Лас-Вегасе;
- б) Париже;
- в) Нью-Йорке;
- г) Лондоне.

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

- а) Берлине;
- б) Софии;
- в) Будапеште.

**76. 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.

**77. Первый в мире музыкальный отель от крылся в...**

- а) Франции;
- б) США;
- в) Индонезии;
- г) Англии.

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

- а) Кении;
- б) Индии;
- в) Израиля;
- г) США.

**79. Уникальным подводным отелем гордится.**

- а) Австралия
- б) Мексика
- в) Египет
- г) Турция

**80. Жилые комнаты гостиниц имеют не номера, а названия в...**

- а) Японии;
- б) Китае;

- в) Корея;
- г) Вьетнам.

**81. В композиции фирменного знака участвует...**

- а) сочетание контрастных или соединение однообразных и различных фигур;
- б) использование родственных форм;
- в) ряд высоких фигур;

**82. На качественное восприятие изображения фирменного знака влияет ...**

- а) иллюстрированная форма;
- б) освещение;
- в) цвет;
- г) декоративная символика.

**83. Федор Шаляпин останавливался в начале XX века в Москве в отеле...**

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

**84.-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.

**85. 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.

**86. 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.

**87. 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.

**88. Защитные средства фэн-шуй...**

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

**89. Символическое значение в интерьере комнат к поучению фэн-шуй имеет...**

- а) форма комнаты;

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

**90. 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.

**91. 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.

**92. 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.

**93. Стиль дизайна отражает...**

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

**94. 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.

**95. Для потенциальных потребителей эффективна ...**

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

**96. 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.

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

- а) визитная карточка;
- б) плакат;
- в) план-карта;

г) путеводитель.

**98. Для достижения финансового процветания была разработана система членства, включающая...**

а) три уровня;

б) два уровня;

в) четыре уровня;

г) пять уровней.

**99. 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.

**100. 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.

### ***ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ***

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

### **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», «имиджология», «имиджмейкер», «имиджмейкерство», «имидж корпоративный».
13. Какие ассоциативные уровни включает образ, который несут товарный знак и название фирмы?
14. Какие ассоциативные уровни характерны для графических изображений, эмблем, символов? Соблюдением каких важных психологических требований обусловлена эффективность товарного знака?
15. На какие группы можно разделить символы?
16. Каковы главные психологические аспекты создания фирменного стиля?
17. Ряду каких требований подчиняется товарный знак?
18. В чем заключена эмоциональная нагрузка изобразительных элементов?
19. 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.

## **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](http://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. Зиатдинова, 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 рестораторов и отельеров

7. [www.consultant.ru](http://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, аудитория для практических занятий, 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 составила к.э.н., доцент Жуковская И.Ф. 

Рецензент

ООО «Золотые ворота», зам. директора Захарова Т.В. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерции и гостеприимства  
Протокол № 8 от 18 января 2016 года  
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент Ярьс О.Б. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии  
направления 43.03.03 «Гостиничное дело»  
Протокол № 3 от 20 января 2016 года  
Председатель комиссии Полоцкая О.П. 