

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б3.В.ДВ.10 .1Имидж туристской организации

Семестр: 7

Количество часов: 72

Количество зачетных единиц: 2

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Имидж туристской организации» относится к вариативной части профессионального цикла Б3.ДВ учебного плана, является дисциплиной по выбору студента.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин «Организация туристской деятельности», «Имиджелогия», «Менеджмент в туристской индустрии» на предшествующих этапах обучения, при этом обеспечивается практическое овладение навыками управления в своей профессии на основе преемственности в обучении: средняя общеобразовательная школа – вуз – послевузовское обучение (повышение квалификации, самообразование).

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Организация внутреннего туризма», «Сервисная эргономика».

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, способствующих студентам познакомиться с особенностями формирования имиджа, овладеть профессиональной терминологией, знаниями принципов и правил имиджирования туристской организации.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности:

– в области организационно-управленческой деятельности:

распределение функций и организация работы исполнителей в организациях и предприятиях туристской индустрии.

– в области сервисной деятельности:

умение самостоятельно разрабатывать внутренние нормативные документы по обеспечению качества и стандартизации услуг туристской индустрии;

умение организовывать процесс обслуживания потребителей и туристов.

Содержание дисциплины:

имидж и его роль в деловой жизни. Концептуальные модели корпоративного имиджа туристического предприятия. Корпоративная репутация в системе имиджирования туристской организации. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы. Сохранение и защита позитивного имиджа организации. Кинетический и вербальный имидж. Презентация образа с помощью одежды.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями: ОК-2; ОК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4.

Образовательные технологии:

Дисциплина предполагает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: ролевые игры, разбор практического опыта, мастер-классы.

Краткое описание указанных технологий:

Проведение ролевых игр

Речь идет о разыгрывании участниками пары или группы сценки с заранее распределенными ролями в интересах овладения определенной поведенческой или эмоциональной стороной жизненных ситуаций. Ролевая игра проводится в парах или небольших группах. Участники получают задание, проектируют различные виды имиджа в соответствии с деятельностью как предприятия, так и отдельных деятелей, обыгрывают ситуацию и представляют всей группе.

Разбор практического опыта

Суть технологии заключается в способности преподавателя создавать пространство деятельности, в котором группа движется по продуманной траектории к необходимой цели по созданию имиджа туристской организации.

Мастер класс

Данная форма используется при изучении студентами имиджа делового человека, имиджа предприятия и т.п. Мастер-класс «Магия цвета» (студенты самостоятельно находят необходимый материал по заданной теме, готовят медиа-презентации, используют наглядные пособия, включая видеоматериалы, и представляют для обсуждения в группе), а также при написании учебных рефератов и проведении успешными студентами мини-исследований по какой-либо проблеме с целью презентации результатов исследований на ежегодных внутривузовских студенческих научно-практических конференциях.

Составитель: Н.И. Рыжова, кафедра социально-культурного сервиса и туризма