

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/105728>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЯМЫХ И НЕПРЯМЫХ КАНАЛОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ 5

1.1 Особенности прямого бронирования в гостинице 5

1.2 Непрямые каналы бронирования в гостинице 8

2 АНАЛИЗ ПРЯМЫХ И НЕПРЯМЫХ КАНАЛОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ DOUBLETREE BY HILTON HOTEL MOSCOW – MARINA 4* 12

1.1 Общая характеристика гостиницы DoubleTree by Hilton Hotel Moscow - Marina 4* 12

1.2 Анализ прямых и не прямых каналов бронирования в DoubleTree by Hilton Hotel Moscow - Marina 4* 20

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРЯМЫХ И НЕПРЯМЫХ КАНАЛОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ DOUBLETREE BY HILTON HOTEL MOSCOW – MARINA 4* 23

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 26

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 27

ВВЕДЕНИЕ

Увеличение прибыльности отеля сегодня является одной из наиболее сложных задач. Конкуренция и дисконтирование в гостиничном бизнесе постоянно ужесточаются, а требования и ожидания гостей растут с каждым днем.

Вопрос привлечения прямых гостей остается одним из самых актуальных в конкурентной борьбе между отелями и непрямыми каналами бронирования (онлайн-туристическими агентствами (OTA)). Кроме того, что OTA настоятельно рекомендуют отелям соблюдать паритет цен, часто имея при этом значительное преимущество при выдаче отелей в поисковых системах,

З

отельеров все чаще беспокоит размер комиссии (10-25%), которую они должны выплачивать OTA за приведенных клиентов.

Безусловно, на тему стоимости привлечения одного клиента можно поспорить, но у отелей всегда есть возможность увеличить количество прямых продаж с помощью собственного сайта отеля.

Целью курсовой работы является: проанализировать работу прямых и не прямых каналов бронирования в гостинице DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4*.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЯМЫХ И НЕПРЯМЫХ КАНАЛОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ

1.1 Особенности прямого бронирования в гостинице

Сейчас путешествие не является каким-то грандиозным событием, чем раньше. Многие туристы с удовольствием проводят свое свободное время, посещая разные незнакомые места, а не сидя дома перед телевизором. Но путешествие стоит денег, поэтому прямое бронирование даст туристам возможность сэкономить.

Рассмотрим способы прямого бронирования, представленные на рисунке 1.

Рисунок 1 – Прямые каналы бронирования

Рассмотрим прямые каналы бронирования более подробно.

1.2 Непрямые каналы бронирования в гостинице

Непрямые каналы бронирования в гостинице представлены на рисунке 2.

Рисунок 2 – Непрямые каналы бронирования

Рассмотрим не прямые каналы бронирования более подробно.

ОТА или Online Travel Agency – сайт, на котором есть вся необходимая информация об отеле, и путешественник может забронировать там отель, хостел, квартиру, то есть любое место проживания. ОТА полностью посвящена индустрии туризма.

Никто не может отрицать влияние ОТА на индустрию гостеприимства. Каждый год они через интернет отправляют миллионы путешественников в гостиницы. ОТА стали мощными и эффективными, сделав процесс выбора номера в отеле менее хлопотным для путешественников.

Туристы могут прочитать отзывы об отелях, найти интересные места поблизости и даже посмотреть не только на фотографии самого отеля, но и фотографии бывших там гостей, чтобы принять выгодное для себя решение, отправиться именно в этот отель.

4

2 АНАЛИЗ ПРЯМЫХ И НЕПРЯМЫХ КАНАЛОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ DOUBLETREE BY HILTON HOTEL MOSCOW – MARINA 4*

1.1 Общая характеристика гостиницы DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4*

Отель DoubleTree by Hilton Moscow – Marina — флагманский проект бренда DoubleTree by Hilton в Москве. Особая корпоративная культура сервиса и предельное внимание к деталям нашей сети отелей бизнес-класса известны по всему миру. DoubleTree by Hilton Moscow – Marina – один из 14 дизайнерских отелей, отмеченных журналом AD, признанным экспертом в области архитектуры и дизайна.

Отель находится на Ленинградском шоссе — главной транспортной магистрали Москвы, которая соединяет аэропорт Шереметьево с центром города. Наши корпоративные клиенты оценят близость бизнес-центров «Олимпия-Парк» и «Метрополис», а также возможность в минимальные сроки добраться до международного выставочного центра «Крокус-Экспо».

Компания ценит время гостей, поэтому предлагаем по достоинству оценить уникальную возможность воспользоваться всеми преимуществами бизнес-отеля, расположенного всего в нескольких шагах от единственного на территории Москвы водохранилища. Нашим гостям нет нужды покидать пределы города, чтобы отдохнуть от городской суеты на живописном берегу или прогуляться под сенью вековых деревьев в парке.

В DoubleTree by Hilton созданы незабываемые впечатления для гостей, обеспечивая комфортные условия и заботу, позволяя восполнить силы и почувствовать себя как дома. Визит в отель неизменно начинается с приятного комплимента — фирменного теплого печенья с шоколадной крошкой.

Рассмотрим организационную структуру отеля DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4*, представленную на рисунке 3.

Рисунок 3 – Организационная структура гостиницы DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4*

Рассмотрим должностные обязанности работников отеля DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4*. Управляющий гостиницы. Управляющий гостиницы осуществляет руководство всей деятельностью организации, финансово-экономической и хозяйственной.

Важнейшим участком работы управляющего гостиницы является управление персоналом, которое направлено, в первую очередь, на повышение качества обслуживания посетителей отеля.

1.2 Анализ прямых и не прямых каналов бронирования в DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4*

5

Забронировать номер в отеле DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4* возможно через сайт www.doubletreemoscow.ru.

При бронировании гость указывает следующие параметры:

1) Выбор даты

- 2) Выбор номера
- 3) Информация о госте
- 4) Способ оплаты
- 5) Получения ваучера

Обязательным является получение клиентом по электронной почте подтверждения бронирования.

Так же на сайте можно свободно посмотреть занятость номерного фонда. Бронирование, гарантированное банковской картой. Эта схема предполагает наличие у клиента банковской карты одной из следующих систем: VISA, Mastercard, AmericanExpress. В случае незаезда или поздней аннуляции бронирования гостиница имеет возможность удержать с клиента штраф в размере оговоренной при бронировании суммы. Оплату проживания клиент производит непосредственно в гостинице самостоятельно.

Бронирование с частичной или 100% предоплатой услуг проживания. Способ оплаты клиент выбирает сам. Это может быть онлайн оплата электронными деньгами и банковской картой вышеперечисленных систем или оффлайн оплата банковским или почтовым переводом. Клиент бронирует услуги путем заполнения электронной формы бронирования.

Бронирование считается состоявшимся после получения гостиницей формы бронирования или заявки на бронирование, либо после предоплаты через Интернет с помощью банковской карты.

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРЯМЫХ И НЕПРЯМЫХ КАНАЛОВ БРОНИРОВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ DOUBLETREE BY HILTON HOTEL MOSCOW – MARINA 4*

Увеличение количества прямых бронирований — главная задача для отеля DoubleTree by Hilton Hotel Moscow – Marina 4*. В условиях, когда посреднические компании получают немалую долю рынка, необходимо удерживать баланс между долей бронирований, получаемых от ОТА, и объемом прямых бронирований на веб-сайте отеля. Понятно, что ОТА серьезно упрощают работу отельерам. Однако за каждого клиента, который пришел через интернет-посредника, приходится переплачивать около 20 % от цены бронирования.

Необходимо выполнение следующих мероприятий:

1. Оптимизируйте веб-сайт отеля

Главный инструмент увеличения прямых продаж — веб-сайт отеля. Визуально привлекательный, удобный для навигации и дружелюбный для пользователя.

Правильно оптимизируйте сайт для поисковых роботов. Он будет чаще выдаваться в результатах поиска и привлечет больше посетителей. Релевантный контент поможет получить больше органического трафика. И, наконец, сайт для мобильных пользователей сделайте максимально

б

удобным. Согласно прогнозам, доля мобильных бронирований в текущем году составит 35 %, что в четыре раза больше, чем в 2017 году.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) Армстронг М., Практика управления человеческими ресурсами: Учебник / М. Амстронг - Издательство «Питер», 2012-824 с.
- 2) Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства: учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 477 с.
- 3) Дейнека А. В. Управление персоналом: Учебник / А. В. Дейнека. — М.: Издательская торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 292 с.
- 4) Епишкин И.А. Управление человеческими ресурсами: Учебное пособие / И.А. Епишкин «Менеджмент». –М.: МИИТ, 2013. – 242 с.
- 5) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.
- 6) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 527 с.
- 7) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 8) Скобкин, С. С. Экономика организации в гостиничном сервисе : учебник и практикум для СПО / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 373 с.

- 9) Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис: учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 331 с.
- 10) Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов/Т.Л. Тимохина. – М: Книгодел, 2004-357с.
- 11) Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для СПО / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; отв. ред. В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 205 с.
- 12) Управление персоналом: учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.
- 13) Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент. Учебник, 4-е изд./ Р.А. Фатхутдинов — СПб.: Питер, 2003. — 400 с:
- 14) Финансы: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. В. Маркиной. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2014. — 432 с.
- 15) Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: учебник для нач. проф. образования/ Г. М. Шеламова. — 7-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 160 с.
- 16) Экман П. Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2-е изд. / П.Экман — СПб.: Питер, 2013. — 334 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/105728>