

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/197998>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 4

ГЛАВА 1. Теоретические аспекты обслуживания иностранных туристов 6

1.1 Система оценки качества обслуживания иностранных туристов 6

1.2 Теоретические особенности организации обслуживания туристов 8

1.3 Организация контроля качества обслуживания 13

1.4 Организация питания для индивидуальных и групповых туристов 16

ГЛАВА 2. Особенности обслуживания иностранных туристов в гостиничном комплексе «Роща невест» 23

2.1 Характеристика гостинично-ресторанного комплекса «Роща невест» 23

2.2 Организация приема иностранных туристов в гостинично-ресторанном комплексе «Роща невест» 24

2.3 Организация обслуживания иностранных туристов в гостинично-ресторанном комплексе «Роща невест» 26

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 29

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 31

ГЛАВА 1. Теоретические аспекты обслуживания иностранных туристов

1.1 Система оценки качества обслуживания иностранных туристов

Иностранный турист - это лицо, которое совершает поездку в другую страну с целью пребывания на срок от 24 часов до одного года, с обязательством покинуть страну или место пребывания в течение указанного периода, с основной целью:

- отдых;
- улучшение здоровья;
- наука;
- развлечения;
- спорт;
- паломничества;
- шопинг-тур;

Туристический продукт - это предварительно разработанный комплекс туристических услуг, объединяющий, по меньшей мере, две такие услуги, который продается или предлагается к продаже по определенной цене, включает транспортные услуги, услуги по размещению и другие туристические услуги, не связанные с транспортировкой и размещением (услуги по организации посещения культурных, развлекательных объектов, продажа сувениров и т.д.) .

Сопутствующие туристические услуги и товары - услуги и товары, предназначенные для удовлетворения потребностей потребителей, предоставление и производство которых будут несколько сокращены без продажи их туристам;

Место продажи (продажи) туристических услуг - страна, в которой зарегистрирован соответствующий хозяйствующий субъект, реализующий туристический продукт.

Местом предоставления туристических услуг является страна, на территории которой непосредственно предоставляются туристические услуги.

Гостиница - это предприятие, предназначенное для временного размещения и предоставления основных и дополнительных услуг.

Индустрия гостеприимства - это бизнес, направленный на обеспечение людей жильем, питанием, а также организацию их досуга.

Категория отеля - это классификационная группа, характеризующаяся определенным набором требований.

Средства размещения - любой объект, предназначенный для временного проживания людей.

Качество туристических услуг - это сложная проблема. Ее решение предполагает эффективное использование всех рычагов, различных форм и методов воздействия. Решение этой проблемы основано на системном подходе: единстве и взаимодействии организационных, технических, экономических, социологических и правовых мер.

Качество обслуживания - это совокупность свойств и степень полезности услуг, которая определяет способность все более полно удовлетворять потребности иностранных туристов.

Комплексный подход к определению качества туристических услуг обуславливает необходимость классификации услуг на несколько групп:

1. Информационные услуги.
2. Транспортные услуги.
3. Услуги по размещению.
4. Услуги общественного питания.
5. Культурно-массовые и физкультурно-оздоровительные услуги.
6. Дополнительные услуги.

Качество этих услуг оставляет самое неизгладимое впечатление в памяти туриста, потому что именно эти услуги удовлетворяют его повседневные потребности.

Таким образом, качество обслуживания в гостиничной индустрии представляет собой сложное понятие, которое тесно связано с потреблением двух видов товаров (товаров и услуг) и с двумя типами отношений (материальных и нематериальных).

Поэтому правильное определение критериев и показателей качества обслуживания довольно сложно.

Критерий связан с наиболее общими качественными характеристиками и перспективными направлениями развития гостиничной индустрии. В то же время это может быть выражено через систему показателей, которые позволяют определить качество обслуживания на отдельных предприятиях гостиничной индустрии, сравнить его и выявить передовые и отстающие предприятия.

1.2 Теоретические особенности организации обслуживания туристов

В туризме одной из особенностей является разнообразие потребителей туристических услуг.

Разница в категории туристов различается целью поездки, их требованиями к туристическим услугам, ценой, которую они готовы и способны заплатить.

Каждый тип туристов соответствует определенному типу туристического рынка.

На туристический спрос и поведение туристов влияют:

1. Доход. Человек, у которого есть для этого средства, может путешествовать.
2. Структура семьи. Люди, у которых небольшая семья, чаще путешествуют. Самая высокая частота поездок приходится на семью из 1-2 человек. Частота ниже для многодетных семей.
3. Возраст. Пожилые люди и маленькие дети в возрасте до 2 лет редко путешествуют.
4. Образование и профессия человека. Владельцы малого бизнеса путешествуют реже, чем сотрудники и чиновники, которые используют несколько недель отпуска каждый год.

Типы туристов:

Все клиенты могут быть классифицированы в соответствии со следующими критериями:

1. В зависимости от их деятельности.
2. В зависимости от образа жизни.

По степени активности во время отпуска можно выделить следующие группы туристов:

1. Любители спокойного отдыха. Его представители отправляются в отпуск для того, чтобы избавиться от повседневного стресса и расслабиться в спокойной и приятной обстановке. Спокойно отдыхающих клиентов привлекают солнце, море, песок. Они избегают незнакомцев и больших скоплений людей.
2. Любители удовольствий. Тип очень предприимчивых туристов, которые заняты поиском различных удовольствий во время своего отпуска и предпочитают светскую атмосферу.
3. Любители активного отдыха. Эти туристы любят природу и создают активную нагрузку для своего организма. Иногда их отдых можно сочетать с лечением.
4. Любители спортивного отдыха. В отличие от активного отдыха, все эти люди сосредоточены на соревнованиях. Для них спорт - это хобби.
5. Отдыхающие с целью получения знаний и учебы. Этот тип туристов заинтересован в повышении своего образовательного уровня.

6. Любители приключений. Те туристы, которые ищут необычных ощущений, впечатлений с определенной степенью риска. Некоторые из них путешествуют в одиночку.

В зависимости от образа жизни:

1. Любители удовольствий. Представители этой группы предъявляют очень высокие требования к качеству отдыха. Для них это способ самовыражения, они хотят насладиться отдыхом, позволить себе какие-то слабости или дать спортивную нагрузку.

2. Тенденциозные туристы. Для них отдых - это возможность найти и выразить себя как личность. Им не нужны роскошные условия, они ищут единения с природой, тишины и возможности психологической разгрузки, их интересовала политика, культура окружающей среды.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Агафонова Л. Г. Туризм, гостиничный и ресторанный бизнес: ценообразование, конкуренция, государственное регулирование. Учеб. пособие / Л. Г. Агафонова, О. Е. Агафонова. - К.: Знание, 2012. - 358 с.
2. Бутко И.И. Туристический бизнес: основы организации / И.И. Бутко, Е.А. Ситников, Д.С. Ушаков. - Ростов н/Д.: Феникс, 2017. - 384 с.
3. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства. Пер. с англ. / Р. А.Браймер. - М.: Аспект Пресс, 2015. - 382 с.
4. Вельдинский В.Г. Сервисная деятельность: учебник / В.Г. Вельдинский. - М.: КНОРУС, 2013. - 186 с.
5. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания / Ю.Ф. Волков. - Ростов н/Д.: Феникс, 2018. - 384 с.
6. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Учебное пособие / В.Г. Гуляев. - М.: НОЛИДЖ, 2016. - 312 с.
7. Данильчук В. Ф. Мировой рынок услуг турбизнеса: Учеб. пособие / В. Ф. Данильчук. - К.: Генеза, 2019. - 146 с.
8. Джжаруж Ж. Повышение качества обслуживания клиентов в гостинице: Наука XXI века: Актуальные направления развития / Ж.Джжаруж, Е.Ю. Никольская. - Москва, 2016. - 136 с.
9. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса / М.В. Ефремова. - М.: «Ось-89», 2019.
10. Зорина Г.И. Основы туристской деятельности: Учебник / Г.И. Зорина. - М.: Высш, 2016. - 224 с.
11. Исмаев Д.К. Маркетинг иностранного туризма в РФ. Теория и практика деятельности туристских фирм / Д.К. Исмаев. - М.: Мастерство, 2012. -192 с.
12. Котенко Д. А. Характеристика бизнес-процессов и функциональных обязанностей сотрудников службы приема и размещения / Д. А. Котенко. - ФГАОУ «Балтийский Федеральный университет им. Канта», г. Калининград, 2015. - 206 с.
13. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенез; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с.
14. Морозов В.Ю. Современные проблемы гостиничного бизнеса в Российской Федерации: Журнал: Сервис в России и за рубежом / В.Ю.Морозов, Ю.В.Мурашова. - Черкизово, 2017. - 63 с.
15. Похомчикова Е. О. Индустрия гостеприимства: Эволюционный подход / Е. О. Похомчикова // Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - 2015. - С.42.
16. Федцов В.Г. Культура сервиса: Учебно-практ. пособие / В.Г.Федцов. - М.: ПРИОР, 2018. - 174 с.
17. Хафизова Н.А. Межкультурные коммуникации: Учебн. пособие для студентов специальности «Культурология» / Н.А.Хафизова, А.Л.Глушаев. - Пермь, 2017 г. - 92 с.
18. Черных И. Б. Технология путешествий и организация обслуживания туристов: Учебное пособие / И. Б.Черных. - М.: Советский спорт, 2012. - 320 с.
19. Шаповалова И.А. Новая Россия глазами студентов-иностранцев: Актуальные вопросы методики преподавания русского языка и русского языка как иностранного / И.А.Шаповалова. - Москва, 2016. - 342 с.
20. Шкуропат С. Г. Гостиничное дело: учебник / под ред. д. иск., проф. Мышьяковой Н. М. - СПб.: Изд-во СПбГУЭС, 2013. - 314 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/kursovaya-rabota/197998>