

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/otchet-po-praktike/44476>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Гостиничное дело

Содержание

Введение 4

Раздел 1. Основные виды и типы гостиничных предприятий Санкт-Петербурга и Ленинградской области 5

Раздел 2. Особенности организации гостиничного обслуживания. 9

Раздел 3. Самостоятельная научно-исследовательская деятельность. 21

Заключение 25

Список использованной литературы 27

Таблица 2.3 - Дополнительные услуги для клиентов «Кемпински Мойка 22»

Дополнительные услуги

Лояльные Доходные

Возможность оплаты услуг картами Visa, Visa Electron, MasterCard, American Express Услуги ресторана, бара, тренажерного зала, сауны, размещение с животными

Возможность заказа обеда и ужина в номер Проведение банкетов

Бесплатный интернет Обслуживание в номере (в высокий сезон).

Уборка номера Заказ такси

Полный перечень платных услуг представлен в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Платные услуги гостиницы «Кемпински Мойка 22»

Услуга Платная Способ назначения цены

с помощью поставщиков самостоятельная

Услуги ресторана + Гостиница получает комиссию от 50 руб. до 10 % от стоимости услуги питания поставщика

Проведение банкетов + Цена назначается гостинице

Сауна работает круглосуточно + Цена назначается гостинице

Тренажерный зал работает круглосуточно + Цена назначается гостинице

Обслуживание в номере (в высокий сезон). + Цена назначается гостинице

Заказ такси + Гостиница получает комиссию от 100 руб. до 15 % от стоимости услуги

Интерьеры номеров «Кемпински Мойка 22» оформлены в теплых пастельных тонах. Во всех номерах гостиницы испанская мебель из натурального дерева, кровати с удобными превосходными матрасами, что обеспечивает полноценный отдых гостей. Основными видами деятельности являются: оказание услуги по временному проживанию; предоставление услуги питания; предоставление дополнительных услуг. В структуре клиентов гостиницы преобладают туристы делового туризма.

Рассмотрим организационную структуру управления гостиницей, которая представлена на рисунке 2.2.

На основании рисунка 2.2 установлено, что организационная структура гостиницы - линейная.

Линейная организационная структура – это простейшая форма организации управления иерархического типа, характеризующаяся тем, что во главе каждого звена или подразделения стоит единоличный руководитель, наделенный всем объемом полномочий и власти.

Рисунок 2.2 - Организационная структура гостиницы «Кемпински Мойка 22»

Как видно из рисунка 2.2, при линейном управлении каждое звено и каждый подчиненный имеют одного руководителя, через которого по одному каналу проходят все команды управления.

Администрация гостиницы «Кемпински Мойка 22» уделяет существенное внимание качеству обслуживания и делает все возможное, чтобы сделать пребывание гостей в отеле комфортным.

В номерах гостиницы «Кемпински Мойка 22» гостя ждет: набор мебели, телефон, телевизор, холодильник, вентилятор/обогреватель, кровать, ванна с душем, фен, туалет.

Следует также отметить профессионально подготовленный персонал, индивидуальный подход к каждому гостю, комфорт и дружелюбие сотрудников гостиницы «Кемпински Мойка 22».

Процесс бронирования включает в себя первый контакт гостиницы с клиентом. Процесс бронирования состоит из следующих этапов, рис. 2.3.

Рисунок 2.3 – Технология бронирования номеров «Отель Кемпински Мойка 22»

Рассмотрим подробнее данный процесс.

1. Заявка на бронирование.

С заявки на бронирование начинается процесс сотрудничества клиента и гостиницы. Заявка поступает по сети Интернет, телефону, почте и другим путем лично от клиента или посредника. На сайте компании гость может сделать онлайн-бронирование, рис. 2.4.

Рисунок 2.4 – Онлайн-бронирование номеров

Система бронирования достаточно проста и понятна. Потенциальный клиент в режиме онлайн может подобрать номер, выбрать категорию номера, рассмотреть характеристику номера, предлагаемые услуги и забронировать, рис. 2.5.

Рисунок 2.5 – Онлайн-бронирование номеров

Система бронирования выдаст отчет о забронированном номере, предоставит на выбор дополнительные услуги в номер, оповестит о дате заезда и особых условиях размещения.

2. Определение номеров для бронирования.

После получения заказа независимо от системы бронирования оперативно осуществляется анализ номерного фонда. Этот этап особенно важен для имиджа и эффективности функционирования отеля.

3. Регистрация заказа по бронированию

После поступления заявки на бронирование и проверки наличия согласно заполнений номеров в отеле оператор по бронированию осуществляет учетную запись.

4. Подтверждение бронирования.

В технологии бронирования этап подтверждения согласовывает готовность отеля предоставить услуги по размещению, а клиенту подтвердить намерения воспользоваться услугами по проживанию.

Список использованной литературы

1. ГОСТ Р 51185-2015 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» от 01.07.2016 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tourlib.net> (дата обращения: 02.03.2018)
2. ГОСТ Р 50645 - 94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tourlib.net> (дата обращения: 02.03.2018)
3. Байлик, С. И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание [Текст]: учебное пособие. – Киев: Альтерпресс, 2012. – 23 с.
4. Балашова, Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса [Текст] : учебное пособие. – М.: ООО «Вершина», 2016. – 81 с.
5. Биржаков, М.Б. Введение в туризм [Текст] : учебное пособие. СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2017. -192 с.
6. Банникова Н.В. Стратегическое планирование и стратегии развития гостиниц [Текст] //АПК: Экономика, управление. – 2012. – 547 с.
7. Ваген, Л. Гостиничный бизнес [Текст] : учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 416-420 с.
8. Волков, Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. [Текст]: Учебное пособие. Изд-во «Феникс», Ростов-на-Дону, 2012. – 384 с.
9. Головань С.И. Бизнес-планирование [Текст]: Учебное пособие - Ростов-на-Дону; Феникс, 2015. – 260 с.

10. Дубровский В. Ж., Чайкин Б. И. Экономика и управление предприятием (фирмой) [Текст]. Екатеринбург, 2012. – 478 с.
11. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие.- Минск: ООО «Новое знание», 2012.
12. Данилова Н.А. Климат и отдых в нашей стране. - М.: ИНФРА-М, 2016. – 254 с.
13. Даринский А.В. Туристские районы ОАЭ. - СПб.: Питер, 2017. – 245 с.
14. Инвестиции [Текст]. И.В. Игошин: ЮНИТИ; Финансы, Москва, 2012. – 245 с.
15. Иванов, В.В, Гостиничный менеджмент [Текст] : учебное пособие . - М.: ИНФРА-М, 2012. – 384 с.
16. Лойко, О.Т. Сервисная деятельность. [Текст] : учебное пособие для вузов. Издательский центр «Академия», М., 2015. – 304 с.
17. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: [Текст]: учебник для проф. образования. - М.: «Академия», 2015. – 208 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/otchet-po-praktike/44476>