

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/57130>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЛУЖБЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗМЕЩЕНИЯ В ГОСТИНИЦЕ 5

1.1 Размещение в гостинице 5

1.2 Характеристика и классификация услуг, предоставляемых клиентам в средствах размещения 6

1.3 Влияние дополнительных и сопутствующих услуг на заполняемость номерного фонда в средствах размещения 9

1.4 Рынок гостиничных услуг в городе Москва 10

2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ОРГАНИЗАЦИИ СЛУЖБЫ ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ В ГОСТИНИЦЕ «RAMADA» 15

2.1 Общая характеристика деятельности гостиницы «Ramada» 15

2.2 Анализ и оценка службы приема и размещения в гостинице «Ramada» 21

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦЕ «RAMADA» 24

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 27

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 29

ВВЕДЕНИЕ

Уровень гостиницы определяется, главным образом, обстановкой номеров и других помещений отеля, используемых клиентами, а также качеством и количеством услуг, предлагаемых гостям. Еще одним немаловажным фактором является тип размещения в гостинице, определяемый количеством комнат в номере и числом предоставляемых в нем мест.

От сочетания трех составляющих – обстановки, уровня услуг и размещения – во многом зависит комфорт и удобство проживания и отдыха клиента в гостинице, а также категория, присваиваемая отелю по различным классификациям. Также одним из признаков качества обслуживания клиента персоналом считается умение быстрого разрешения конфликтных ситуаций.

Гостиничный бизнес существует давно, поэтому за столь длительное время сформировались достаточно устойчивые понятия и представления о правилах его ведения.

Несмотря на то, что единого стандарта отельного обслуживания клиентов до сих пор не выработано, основные термины и понятия, используемые в нем, практически идентичны по всему миру.

Это вполне логично и легко объяснимо, так как в условиях современного глобального мира гостиничный бизнес, по сути, превратился из отрасли, обособленной в рамках какого-либо государства, в транснациональную сферу деятельности, ежегодно обслуживающую сотни миллионов клиентов.

Целью данной работы является изучение организации службы приема и размещения в гостинице.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть размещение в гостинице
- изучить характеристика и классификация услуг, предоставляемых клиентам в средствах размещения;
- проанализировать влияние дополнительных и сопутствующих услуг на заполняемость номерного фонда в средствах размещения;
- изучить рынок гостиничных услуг в городе Москва;
- провести анализ и оценку организации дополнительных услуг в средствах размещения гостиницы;
- дать общую характеристику деятельности гостиницы;
- провести анализ и оценка дополнительных и сопутствующих услуг в гостинице.

Проанализировав учебную литературу, можно сделать вывод о том, что тема не является достаточно изученной и требует дальнейшего исследования.

Объектом курсового исследования выступает организация размещения в гостинице.

Предмет – организация размещения в гостинице «Ramada».

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы: изучение и анализ научной литературы, синтез полученных данных, анализ и оценка организации дополнительных услуг в сфере размещения.

Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, две главы, четыре параграфа, заключение, список используемых источников, включающий в себя 16 учебных пособий. Объем работы 30 страниц.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СЛУЖБЫ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗМЕЩЕНИЯ В ГОСТИНИЦЕ

1.1 Размещение в гостинице

Существует несколько классификаций, характеризующих уровень проживания гостя в гостинице. По количеству мест в номере различают следующие виды размещения:

- 1) одноместное;
- 2) двухместное.

Бывает трех типов:

- с двумя односпальными кроватями;
- с одной двухспальной кроватью;
- с одной двухспальной и дополнительной кроватью. Используется, как правило, семейными парами с ребенком;

- 3) трехместное. Предназначено для проживания трех взрослых.

Еще одним классифицирующим уровень размещения признаком является тип номера. Их существует огромное множество, основными считаются:

- стандартный. Считается базовым вариантом;
- повышенной комфортности. Номер обладает несколько большей площадью;
- семейный (как правило, двух или даже трехкомнатный);
- отдельно стоящие бунгало, вилла или домик;
- апартаменты и пентхаусы. Обеспечивают наибольший комфорт проживания и уровень оказываемых персоналом услуг.

Тип проживания может подразделяться также по виду из окна, так как для многих гостей это является определяющим фактором, характеризующим их отдых. Список подобных признаков можно продолжать достаточно долго, так как гостиничный бизнес в настоящее время чрезвычайно многообразен и всесторонне развит.

Категория отеля во многом определяется уровнем обстановки в номерах, где проживают гости, а также в помещениях, где они проводят много времени – бассейнах, кинотеатрах, ресторанах отеля и т.д.

Стандартной, то есть фактически минимальной, обстановкой номера считается наличие кровати, шкафа для одежды, письменного стола и отдельного туалета с душевой кабинкой. При этом каждый клиент должен быть обеспечен набором постельного белья, полотенцами и принадлежностями для туалета и ванны.

Гостиницы среднего уровня включают в минимальную обстановку стационарный телефон, телевизор, кондиционер и другие подобные предметы повседневной необходимости – чайник, кофеварка, фен и т.д. Дополнительным плюсом, обеспечивающим высокое качество обслуживания, считается наличие в номере мини-бара и холодильника.

В последние годы стандартным становится предоставление клиентам свободного доступа к интернету, которое зачастую оказывается в качестве дополнительной услуги по крайне низкой цене или вовсе бесплатно. Нередко в семейных, а также номерах типа бунгало имеются небольшие комнаты с плитой для приготовления пищи и набором столовой посуды.

Верхнего предела уровню обстановки и удобств номеров для гостей отелей практически не существует, так как пентхаусы и апартаменты могут содержать самые изысканные и дорогие варианты отделки, дизайна и мебели.

1.2 Характеристика и классификация услуг, предоставляемых клиентам в средствах размещения

Отельный сервис разделяется на основные, дополнительные и индивидуальные виды услуг. В зависимости от пожеланий отеля и уровня конкурентной среды в заданном регионе, этот сервис может быть как

абсолютно бесплатным, так и за дополнительную плату.

Основные виды услуг в гостинице.

Существует ряд основных услуг в отеле, закрепленные на законодательном уровне, как те блага, которые должны оказываться во всех гостиничных учреждениях, как бесплатные. Это обязательно.

Их перечень:

- 1) В случае необходимости вызов скорой медицинской помощи.
- 2) Наличие и круглосуточная возможность использовать медицинскую аптечку
- 3) Доставка писем, газет и прочей корреспонденции, предназначенной постояльцу.
- 4) Пробуждение гостя к назначенному времени
- 5) Наличие и возможность доступа к кипятку, ножницам, иголкам с нитками.
- 6) Пользование одним комплектом посуды и его замена

Вне зависимости от концепции гостиничного предприятия, данные услуги ваш отель должен предоставлять. Однако каждому понятно, что если отель будет предоставлять лишь это, его рейтинг будет оставлять желать лучшего. В условиях жестокой конкуренции между гостиницами и гостиничными сетями необходимо быть «в тренде» и предвосхищать потребности постояльцев.

Так, буквально несколько лет назад свои бонусы и преимущества в виде дополнительных клиентов получали те редкие гостиницы, которые позволяли постояльцам пользоваться раздаваемым интернетом без взимания дополнительной платы.

Дополнительные услуги гостиницы.

На сегодняшний день сайты отелей, сетей и ресурсы по бронированию пестрят баннерами с надписью «бесплатно» и «в подарок». Конкурируя между

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/57130>