

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/kontrolnaya-rabota/77172>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Гостиничное дело

1	Принятие решения об организации развлекательного обслуживания	3
1.1	Определение своих целей	3
1.2	Составление перечня услуг, предоставление которых может быть организовано в гостинице	5
2	Разработка технологии обслуживания	8
2.1	Согласование цен на услуги	8
2.2	Обоснование выбора персонала, задействованного в организации обслуживания	10
2.3	Подготовка необходимых помещений	13
2.4	Обеспечение (покупка) необходимым оборудованием и инвентарем	14
3	Обслуживание гостей	15
3.1	Организация процесса предоставления услуг	15
3.2	Подготовка информационных материалов	16
3.3	Оформление процесса предоставления услуг	16
4	Анализ деятельности: сравнение предполагаемого дохода и фактического	18
4.1	Организация учета предоставляемых услуг	18
4.2	Изучение мнения гостей о качестве услуг	18
	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	21

1 Принятие решения об организации развлекательного обслуживания

1.1 Определение своих целей

Непременной составляющей деятельности любой гостиницы являются дополнительные услуги.

Определяющим условием увеличения повышения числа и совершенствования дополнительных услуг является направленность гостиничного предприятия на ту или иную категорию клиентов. Другими словами, их количество и качество напрямую связаны со степенью востребованности и могут быть абсолютно различными. Таким образом, основными понятиями, в русле которых существуют любые дополнительные услуги, можно считать обоснованность и рациональность.

Развлекательная инфраструктура гостиниц рассчитана в первую очередь на проживающих.Guests «со стороны» на территории отелей, как правило, немного. Характер и широта набора дополнительных услуг непосредственно связана со средним количеством ночей, которые посетитель проводит в гостинице. По этой причине набор услуг в таких отелях ограничен. Задача PR туристического предприятия – выстроить и поддерживать отношения с любыми социальными субъектами, среди которых могут быть муниципальные, промышленные, финансовые и другие структуры. Иначе говоря, «финансовые отношения» и «отношения с финансовыми структурами» – это не одно и то же.

На современном этапе развития туризма все большее внимание уделяется вопросам организации культурного досуга и развлечений туристов. Все больше сами туры становятся развлекательными, а правильно построенная и грамотно организованная аттрактивная составляющая тура, по мнению теоретиков и специалистов туристической индустрии, является решающим аргументом в конкурентной борьбе за туриста. С учетом общих физиологических и психологических способностей человека, проявляющихся в рекреационной, познавательной и творческой деятельности, в настоящее время осуществляется новое направление туристской деятельности — анимация, которая основывается на общих методах социально-педагогического воздействия на каждую личность в отдельности, на группы туристов, коллектив, нестабильную аудиторию и различные социальные общности в путешествии и на отдыхе. Анимацию часто называют посредником между личностью и обществом. Этим объясняется актуальность выбранной темы, а именно в рассмотрении анимации как новой составляющей конкурентоспособности туристского продукта. Перечислим некоторые особенности анимационной деятельности: Это вид проведения свободного времени, отпуска или выходных, Все зависит от выбора человека – он по желанию может занять активную позицию

или быть сторонним наблюдателем, Такие традиции как этнические, национальные или региональные учитываются и уважаются при проведении анимации, Многообразие видов такой деятельности обусловлено различными интересами и увлечениями разных социальных и возрастных групп, Учитываются также индивидуальные особенности участников. Проводится не только с целью отдыха, но также повышает общий интеллектуальный и культурный уровень участников. Что же такое туристическая анимация и в чем ее отличительные свойства? Это такая особая услуга, во время которой турист принимает активное участие в игровом действе, которое способствует его восстановлению – то есть смене деятельности и отдыху. Аниматор – представитель туристического агентства всячески способствует этому. Анимация — это один из видов продвижения вашего агентства на рынке туристических услуг. Это повышает качество обслуживания и привлекает большее количество клиентов. Так вы сможете создать клиентскую базу – то есть быть уверенными в том, что определенное количество людей захочет повторно заказать у вас услугу. Деятельность аниматора направлена на создание сценариев программ, которые помогут окунуться в игровой мир и на время отвлечься от повседневности, дать разрядку эмоциям, нейтрализовать накопившийся негатив и тому подобное.

1.2 Составление перечня услуг, предоставление которых может быть организовано в гостинице

На рисунке 1 представлены формы развлечений во время отдыха.

Рис.1 – Формы развлечений во время отдыха

При подготовке программы и создании сценария обязательными к выполнению являются такие условия: возрастная категория участников, гендерные особенности, национальная принадлежность, психологическая готовность участников к активному участию в действе .

Различают особые функции туристической анимации:

- Адаптация участников – помогает плавно перейти к отдыху и адаптироваться в условиях природы, а не к привычному мегаполису,
- Компенсационная функция – это процесс освобождения клиента от психологических блоков, раскрепощение и готовность отдыхать и расслабляться,
- Стабилизация эмоций и чувств, устранение тревоги и моральной усталости,
- Оздоровительная функция,
- Общеобразовательная – человек узнает что-то новое и интересное,
- Самосовершенствование – позволит клиенту получить полное удовлетворение от собственного отдыха,
- Функция продвижения вашей услуги на рынке.

Многообразие функций делает анимацию в туристической сфере весьма выгодным вложением в этот бизнес, поэтому рентабельность такой услуги остается несомненной. Цель создания анимационных сценариев – это удовольствие клиента, его полная удовлетворенность проведенным отдыхом. Так вы можете быть уверены в том, что вашу турфирму и вас, как хорошего туроператора, посоветуют довольные клиенты своим друзьям и знакомым. Перечислим основные направления анимации туристического профиля. Спортивная анимация направлена на укрепление здоровья и относится к активным видам анимационной деятельности. Более того – этот вид анимации станет палочкой-выручалочкой в том случае, если вдруг наступают форс-мажорные обстоятельства и какая-то часть запланированных мероприятий Вы были довольны...".

1. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 18.07.2007 № 452
2. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность. - М., Приор, 2009.
3. Александрова А.Ю. (ред.) и др. Статистика туризма. Учебник. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.
4. Андреева, Ю. Ю. Наиболее популярные виды спортивного и экстремального туризма: обзор / Ю. Ю. Андреева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2009. – № 1. – С. 47-53.
5. Анущенко К. А., Анущенко В. Ю. Финансово-экономический анализ: учебно-практическое пособие. - М., КноРус, 2014

6. Асанова И.М. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник / И.М. Асанова, С.О. Дерябина, В.В. Игнатьева. – М. : Академия, 2012. – 192 с.
7. Журавлева М.М. Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций — Иркутск.: Мегалит 2011 г. — 135 с.
8. Зверинцев А.Б. Формирование имиджа. Коммуникационный менеджмент. - СПб., 2012
9. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика. СПб., Изд-во СПбГУП, 2015.
10. Карпова Г.А., Современный туризм - М., Финансы и статистика, 2015.
11. Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Туристический продукт. - М., Юнити-Дана - 2013.

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/kontrolnaya-rabota/77172>