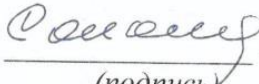


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет»

Протокол
Ученого совета института
Торговли, пищевых технологий и сервиса
№ 3 от 06.03.2015

УТВЕРЖДАЮ
директор института
торговли, пищевых технологий
и сервиса

/Соловьева В.П./
(подпись)

**Методические рекомендации
по выполнению курсовой работы**

Организация гостиничного дела

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) Гостиничная деятельность

Автор(ы): к.э.н., доцент Корнова Г.Р.

Одобрены на заседании кафедры
Туристического бизнеса и гостеприимства

Протокол № 5 от 06.03.2015

Зав. кафедрой 

(подпись)

Курилова Е.В.

(Фамилия И.О.)

Рекомендованы УМК института
Торговли, пищевых технологий и
сервиса

Протокол № 3 от 20.03.2015

Председатель 

(подпись)

Соловьева В.П.

(Фамилия И.О.)

Екатеринбург
2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Цель и задачи курсовой работы
2. Рекомендации по выполнению разделов курсовой работы
3. Оформление курсовой работы
4. Защита курсовой работы

Список рекомендуемых источников

Приложение 1. Примеры целевых групп гостей

Приложение 2. Услуги и помещения для их предоставления

Приложение 3. Требования к планировке гостиниц

Приложение 4. Наиболее частые несоответствия восприятия

ВВЕДЕНИЕ

Организационная грамотность, наряду с техническими и экономическими знаниями, - важнейший момент профессиональной подготовки бакалавров гостиничного дела.

Гостиничный продукт является результатом взаимодействия всех сотрудников гостиничного предприятия. Любая деятельность, связанная с осознанным взаимодействием двух или более человек, может быть названа организованной деятельностью. Участники деятельности имеют свои, заранее определенные задачи; отношения между участниками строятся таким образом, чтобы конечный результат был достигнут с минимумом затрат человеческих усилий и материальных ресурсов. В реальной действительности эти отношения проявляются как заинтересованность людей в труде организованном, когда имеются организационные предпосылки для высокоэффективного совместного труда. Ведь здесь у человека возникает обязанность перед коллективом выполнять определенный вид работы, являющийся частью общественного труда.

Как определяется организация?

- 1) это внутренняя упорядоченность чего-либо;
- 2) совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого;
- 3) объединение людей, совместно реализующих некоторую программу или цель и действующих на основе определенных процедур и правил.

Заметим, организация в ее третьем толковании, как объединение людей, предприятие, учреждение, - частный, но важный случай ее общего понимания. Следует только иметь в виду, что организация, например, гостиничное предприятие, может существовать, при этом организации (в смысле порядка) в ней может почти не быть.

Организовать – значит упорядочить совместные действия. Социальный порядок определяет качество взаимодействия элементов среды [Пригожин]. Это качество взаимодействия может быть начальным, неразвитым или же высоким, более совершенным. Все зависит от того, какие элементы порядка сумела выработать среда. Элементный состав порядка в самом общем виде включает в себя:

- очередность расположения элементов или их действий;
- соответствие требованиям или критериям, стандартам;
- распределенность функций, ресурсов по значимым признакам;
- подчинение по иерархии;
- согласованность целей и действий.

Все существует во времени и в пространстве, поэтому можно сказать, что организация – это внутренняя упорядоченность чего-либо во времени и в пространстве.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Для создания гостиничного продукта важно понимание организации гостиничного дела. Выполнение курсовых работ на базе реально действующих гостиниц способствует приобретению студентами устойчивых знаний, умений и навыков формирования на основе регламентов процессов обеспечения гостиничной деятельности, соответствующих современным стандартам удовлетворяющих потребности потребителей.

Менеджер имеет две специфические задачи: первая – создание подлинного целого, которое больше, чем сумма частей, продуктивного единства, выпускающего больше, чем в него вложено. Иными словами, менеджер создает систему, он способствует возникновению порядка из хаоса или, во всяком случае, обеспечивает формирование нового порядка, качественно превосходящего прежний. Менеджера можно сравнить с дирижером оркестра. Но у дирижера есть партитура, написанная композитором. Он только интерпретатор. Менеджер сразу и композитор, и дирижер.

Эта задача требует от него максимальной эффективности использования сил, которые у него есть (прежде всего, человеческих ресурсов) и нейтрализации слабых мест.

Вторая задача - гармонизировать в каждом решении и действии требования ближайшего и отдаленного будущего.

Цель курсовой работы – изучить условия, формы и методы обеспечения внутренне слаженного процесса оказания гостиничных услуг для удовлетворения потребностей гостей.

Выбор объекта исследования студент осуществляет самостоятельно, руководствуясь своим опытом, знаниями, возможностями получения необходимой информации. В качестве объекта исследования может быть выбрана гостиница, другое коллективное средство размещения, с деятельностью которого будут связаны дальнейшие учебные разработки (курсовые работы) по другим дисциплинам, дипломная работа или деловая карьера автора. В целях сохранения коммерческой тайны объект исследования может иметь условное название.

Предмет исследования - условия, формы и методы обеспечения внутренне слаженного процесса оказания услуг для удовлетворения потребностей гостей.

Задачи курсовой работы:

- описать гостиницу, используя различные признаки классификации средств размещения;
- описать услуги гостиницы
- выявить несоответствия планировки гостиницы основным требованиям и дать рекомендации по их устранению.

2. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ РАЗДЕЛОВ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Тема курсовой работы: «Анализ организации услуг в гостинице»

Курсовая работа состоит из следующих разделов:

Введение

1. Организационно-правовая характеристика гостиницы
2. Функциональные зоны гостиницы
3. Номерной фонд
4. Дополнительные услуги гостиницы
5. Соответствие планировки гостиницы основным требованиям

Заключение.

Список использованных источников.

Введение

Сжато обосновывается актуальность темы, показывается значение поставленных задач для развития народного хозяйства России, в том числе сферы гостеприимства, в современных рыночных условиях; определяются цель и задачи курсовой работы, раскрываются методы исследования, указываются источники информационного обеспечения курсовой работы. При выполнении курсовой работы могут быть использованы: учебная литература, периодические издания, материалы Интернет, организационные документы предприятия.

Организационно-правовая характеристика гостиницы

Описание гостиницы должно отражать следующие моменты:

- история создания и развития гостиницы: время образования, основные вехи развития (рост, объединение, разукрупнение, выделение в самостоятельный объект, изменение организационно-правовой формы и т.д.);

- организационно-правовая форма и характер собственности (в соответствии с Гражданским кодексом РФ);

- документы нормативно-правового характера (законы, постановления и др. нормативные акты), которыми гостиница руководствуется в своей деятельности;

- территориальное размещение – указание территории (или нескольких территорий), на которой расположены подразделения объекта;

- этажность гостиницы (характеризует количество этажей в здании гостиницы);

- месторасположение гостиницы (определяется расстоянием отеля от международного аэропорта, делового центра города, моря, пляжа, курортной зоны, а также других объектов, представляющих интерес для гостей).

- уровень комфорта («звездность»);

- специализация гостиницы (целевой рынок гостей). Примеры целевых групп гостей представлены в Приложении 1.

Функциональные зоны в здании гостиницы

В данном разделе дается краткое описание функциональных зон исследуемой гостиницы (таблица 1).

Таблица 1 - Характеристика функциональных зон гостиницы

Функциональные зоны	Состав, характеристика
Вход и лобби (вестибюль)	
Стойка Reception	
Жилая часть – номерной фонд (гостевые номера)	<i>Указывается только общее количество номеров и вместимость номерного фонда</i>
Помещения для питания гостей	
Помещения торгово-бытового обслуживания	
Помещения для занятий спортом, активного отдыха	
Помещения для проведения досуга и развлечений	
Представительские помещения	
Бизнес-центр	
Служебные и бытовые помещения	
Технические помещения	
Прочие помещения	

Номерной фонд

Гостиница состоит из номеров, которые сгруппированы в классы или категории в соответствии с имеющейся материально-технической базой и предоставляемыми услугами. В данном разделе дается характеристика номерного фонда исследуемой гостиницы (таблица 2). Могут быть указаны категории номеров, принятые в данной гостинице

Таблица 2- Характеристика номерного фонда

Характеристика номеров	Категории номеров					
	Стандарт Одно- местный	Стандарт двух- местный	Улучшен- ный (Deluxe, Superior)	Полу- люкс	Люкс	Апартамен- ты
Количество						
Площадь, кв.м.						
Количество комнат						
Количество спальных мест						
Тип кровати (кроватей)						

Далее необходимо составить описание оснащения номера (мебель и аксессуары) (таблица 3)

Таблица 3- Оснащение номера гостиницы

Тип помещения в номере	Оснащение	Количество
Комната	Кровать с матрасником (90x200)	1 на чел.
	Прикроватная тумбочка	
	Комплект белья с подушкой и одеялами т.д.	
Санузел	Раковина	1
	Зеркало овальное и т.д.	
Прихожая	Шкаф для одежды и т.д.	

Дополнительные услуги гостиницы

При присвоении гостинице определенной категории наряду с прочими требованиями учитываются номенклатура и качество предоставляемых услуг.

В данном разделе необходимо составить перечень дополнительных услуг. Выделить платные услуги и услуги, предоставляемые гостям без дополнительной платы (таблица 4).

Таблица 4- Дополнительные услуги гостиницы

Услуги, предоставляемые без дополнительной платы	Услуги, предоставляемые за дополнительную плату

Также необходимо указать помещения внутри и вокруг гостиницы для оказания услуг питания, досуговых и спортивно-оздоровительных услуг (таблица 5). Примеры услуг и помещений для их предоставления приведены в Приложении 2.

Таблица 5- Помещения для предоставления дополнительных услуг

Тип услуги	Помещение

Соответствие планировки гостиницы основным требованиям

При выполнении данного раздела следует иметь в виду, что гостиница должна производить хорошее впечатление на гостей, все зоны и помещения соответствовать функциональному назначению, обеспечивать

удобство эксплуатации жилых и общественных помещений обслуживающим персоналом. Основные требования к планировке гостиниц представлены в Приложении 3. Наиболее частые несоответствия восприятия представлены в Приложении 4. Результаты раздела оформляются в таблицу 6.

Таблица 6- Несоответствия планировки гостиницы основным требованиям и предложения по их устранению.

Аспекты	Несоответствия	Предложения по устранению
Обеспечение удобства эксплуатации общественных помещений и номерного фонда обслуживающим персоналом		
Комфортность проживания постояльцев		
Обеспечение безопасности постояльцев, недвижимости и персонала		
Соответствие номерного фонда и общественных помещений ожиданиям целевых групп		
Соответствие характеристик номерного фонда и общественных помещений требованиям нормативной документации		

Заключение

В заключении подводятся основные итоги разработки и намечаются возможные пути дальнейшего повышения уровня организации в гостинице.

3. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа представляется в виде брошюры, текст которой набирается на компьютере. Требования к оформлению:

- соответствие стандарту (п.7 основной литературы);
- общий объем – 20-25 стр.

При составлении списка использованных источников желательно указывать не только авторов и названия работ, но и те разделы, параграфы и части текста, которые были использованы при написании курсовой работы. В обязательном порядке используются законодательные акты и другие официальные документы, регулирующие деятельность в сфере гостеприимства

4. ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполненная курсовая работа представляется руководителю на рецензирование, получив положительную рецензию, допускается к защите. Курсовая работа, не отвечающая предъявляемым к ней требованиям, возвращается на доработку в соответствии с рецензией. Рекомендуется публичная защита курсовой работы.

Курсовая работа оценивается по следующим параметрам: содержание, качество изложения и оформления, правописание, качество презентации.

Список рекомендуемых источников

Основная литература

1. Приказ министерства культуры Российской Федерации от 3 декабря 2012 года N 1488. Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями.
2. Барчуков И.С. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов: Учебное пособие. – М.: КноРус, 2014.
3. Иванов В.В., Волков А.Б. Гостиничный менеджмент. [Текст] – М.: ИНФРА-М, 2007.
4. Медлик С. Гостиничный бизнес: Учебник /Пер. с англ. – М.:ЮНИТИ, 2014.
5. Мичелли, Джозеф А. Ritz-Carlton. Золотой стандарт гостиничного бизнеса нового тысячелетия: переводное издание / Джозеф А. Мичелли; ; [пер. с англ. В. С. Иващенко] [Текст]. – М. :Эксмо, 2009.
6. Мусакин А.А. Малый отель: с чего начать, как преуспеть. Советы владельцам и управляющим [Текст]. – СПб.: Питер, 2010.
7. Положение о требованиях к оформлению рефератов, отчетов по практике, контрольных, курсовых и дипломных работ. – Екатеринбург: УрГЭУ, 2011. http://e-learning.usue.ru/info_files/files/polojenie_oformlenie.pdf
8. Стандарты и качество отеля : бизнес-энцикл.: [в 2 т.] / [А. Т. Корнева [и др.]; под общ. Ред. А. Т. Корневой. – СПб.: Бонниер Бизнес Пресс, 2008. – (Бизнес без Проблем).

9. Тимохина Т.Л. Организация гостиничного дела: Учебник для прикладного бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2014.

10. Управление отелем : бизнес-энцикл.: [в 3 т.] / под общ. Ред. А. А. Мусакина, А. В. Микешина, С. Е. Корнеева. – СПб.: Бонниер Бизнес Пресс, 2009. – (Бизнес без Проблем).

Пополняемые бизнес-энциклопедии («Управление отелем», «Стандарты и качество отеля») можно взять в читальном зале библиотеки. Они также доступны в сети вуза с сайта <http://www.lib.usue.ru/> после получения логина и пароля в библиотеке в разделе Ресурсы, далее – по ссылке Электронные ресурсы, доступные из библиотеки/сети вуза.

Дополнительная литература

1. Артеменкова Т.А. Современный отель: взгляд изнутри и взгляд снаружи. Отчет о первой всероссийской Интернет-конференции на тему «Гостиничный бизнес: проблемы отрасли, пути их решения, инновации и антикризисное управление». – М.: Компания «Информация и технологии», 2010.

2. Кобьел К. Искренний сервис: пер. с нем. [Текст]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.

3. Пайн Джозеф Б, Гилмор Джеймс Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена., М., Издательство «Вильямс», 2005 (http://www.koob.ru/pain_gilmor/the_experience_economy).

4. Пригожин А.И. Дезорганизация: Причины, виды, преодоление. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

5. Пфлегер А. Отель. Как выстроить дело с нуля до пяти звезд /Пер. с нем. О.В.Барышевой [Текст]. М.: ЗАО Центрополиграф, 2008.

6. Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве [Текст]. М.: Юнити-Дана, 2005.

7. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг [Текст]: Учеб.-метод. пособие: пер. с польск. – М.: Финансы и статистика, 2006.

8. Электронный журнал HORECA-magazine.

Приложение 1

Примерные типологии гостей

Типология 1 [Пфлегер]:

- индивидуалы, путешествующие в одиночку
- командированные
- гости, прибывшие на семинар
- родители с детьми
- гости, приехавшие на каникулы или в отпуск
- гости, прибывшие на курорт
- гости, занимающиеся спортом
- гости-инвалиды
- молодожены
- гости очень высокого роста
- некурящие гости
- гости с домашними животными
- гости, путешествующие группой
- VIP-персоны
- иностранные гости (указать из какой страны/стран).

Типология 2[Райли]

- индивидуальные клиенты: пол, возраст, семейное положение, уровень доходов, интересы;
- корпоративные клиенты: местные компании и/или компании из других регионов;
- местные жители, со стороны которых могут быть востребованы дополнительные услуги гостиничного предприятия без пользования услугой проживания.

Приложение 2

Услуги гостиниц и помещения для их предоставления [Мусакин]

Группа услуг	Тип услуги в группе	Возможные помещения
SPA-услуги и оздоровительные услуги	Услуги парных	Сауна
	Водные услуги	Русская баня
		Турецкая баня
		Спортивный бассейн
	Массаж	Оздоровительный бассейн
		Гидромассажная ванна
		Массажный кабинет
	Кабинеты для специализированных массажей	
Досуговые и спортивные услуги	Настольные игры	Холл со столами
	Игры в помещении	Бильярдная
	Игры на воздухе	Теннисный корт
		Открытый бассейн
	Видеоуслуги	Площадка для волейбола и пр.
		Номера с телевизорами
		Холл (бар) с большим телевизором
	Прокат спортивного инвентаря	Причал с лодками и прочими плавсредствами
Помещения для проката инвентаря		
Услуги дополнительного питания	Услуги ресторана	Ресторан в помещении
		Терраса
	Услуги пикника	Барбекю

Приложение 3

Основные требования к планировке гостиницы [Мусакин]

Аспекты	Характеристики
Обеспечение удобства эксплуатации общественных помещений и номерного фонда обслуживающим персоналом	<ul style="list-style-type: none"> - оптимизация труда сотрудников; - сохранение максимального удобства гостей при любых процедурах, выполняемых персоналом; - обеспечение взаимозаменяемости персонала;
Комфортность проживания постояльцев	<ul style="list-style-type: none"> - комфортность нахождения в номерах; - обеспечение минимального уровня постороннего шума; - удобство организации заезда и выезда; - обеспечение досуга, востребованного целевой группой; - обеспечение возможности единого набора услуг для участников групповых заездов; - обеспечение детского досуга; - обеспечение необходимого набора деловых услуг в номерах и в гостинице; - обеспечение питания и оздоровительных процедур; - обеспечение конференц-услуг
Обеспечение безопасности постояльцев, недвижимости и персонала	<ul style="list-style-type: none"> - создание систем пожарной и охранной сигнализации; - создание систем пожаротушения; - создание систем видеонаблюдения; - создание систем контроля доступа в номера и иные помещения отеля; - создание систем резервного (аварийного) электроснабжения, теплоснабжения и водоснабжения; - обеспечение эффективной охраны объекта
Соответствие номерного фонда и общественных помещений ожиданиям целевых групп	<ul style="list-style-type: none"> - учет требований целевой группы к площадям помещений, их типам; - организация придомовой территории, парковок и пр., ориентированных на целевые группы
Соответствие характеристик номерного фонда и общественных помещений требованиям нормативной документации	<ul style="list-style-type: none"> - учет требований законодательства, систем классификации, государственных стандартов, строительных, санитарных и противопожарных норм

Приложение 4

Наиболее частые несоответствия восприятия [Артеменкова]

1. Восприятие стоимости номера в отеле. Как правило (не менее 70% от исследуемой группы), клиенты считают завышенной стоимость номера в сутки, сравнивая его с месячной оплатой коммунальных услуг за собственное жильё. Работники отелей считают цены за услуги не только адекватными, но и экономически обоснованными. Возможно, так оно и есть, но клиент хочет иметь больший диапазон ценового выбора.

2. Несоответствие стоимости номера сервисам, которые можно получить именно в этом номере, не выходя из него. Нередко клиенты обращают внимание на такие «мелочи», как отсутствие возможности с постели выключить свет (нет лампы на прикроватной тумбочке, далеко расположен шнур от выключателя бра и т.д.), отсутствие возможности удобно подключить свой персональный ноутбук к сети (далеко розетки, нет стола для установки и т.д.). Работники отелей просто не задумываются над такими проблемами.

3. Несоответствие стоимости дополнительных сервисов, предлагаемых в отеле, ожиданиям клиентов. Завышенные цены на услуги парикмахерских, на использование Интернет, на питание, на сауны и т.д. Работники отелей (безусловно, в данном случае речь идёт об администраторах) устанавливают цену, исходя из собственных затрат и используя метод торговых наценок, а вот методика расчёта цен на основе цен конкурентов используется достаточно редко.

4. Недостаточное понимание того, за что клиент готов платить деньги. Как правило, отельеры на одно из первых мест выводят интерьеры комнат и холлов. Клиенты же преимущественно готовы оплачивать удобство и комфортность проживания пусть в более скромных, но чистых интерьерах. К факторам, снижающим комфортность, клиенты относят следующие: повышенную звукопроницаемость, плохое кондиционирование номера, неудобное расположение точек электропитания, наличие посторонних запахов в номерах (оставшийся после предыдущих клиентов запах табака, запахи из кафе и т.д.). Все эти моменты нередко можно наблюдать вне зависимости от класса отеля.

5. Несоответствие уровня персонала ценам, которые приходится платить клиентам. Корректность общения, профессионализм, готовность оказать гостю максимально возможный набор услуг – это ожидания клиентов далеко не всегда оправдываются. Администрация отелей нередко не желает вкладывать средства в обучение персонала, особенно низшего звена, мотивируя либо тем, что их работа носит сезонный характер, либо тем, что в отеле недостаточно средств.

6. Несоответствие номера стандартам. Смена постельного белья, наличие халатов и тапочек, фенов и напитков в номерном баре – далеко не полный перечень тех услуг, которые достаточно часто не соответствуют установленным стандартам даже в отелях, имеющих определённую «звёздность».

Выявив несоответствия и отработав программу управления несоответствиями, можно более уверенно ответить на вопросы, актуальные для любого отеля. Почему некоторые гости, приезжая в город, постоянно останавливаются в одном и том же отеле, а другие предпочитают разные гостиницы? Какие стороны обслуживания устраивают постояльцев, а какие нуждаются в совершенствовании? Что такое идеальное обслуживание и как угодить гостю.

