

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ И  
ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКЕ**

по дисциплине «Технология и организация гостиничных услуг»

для обучающихся специальности

43.02.10 «Туризм»

Ставрополь 2022

Методические указания к практическим занятиям и практической подготовке составлены в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 7 мая 2014 г. № 474 и программой дисциплины «Технология и организация гостиничных услуг».

Составитель: Абидова С.А. - преподаватель СМК

Рассмотрено на заседании методического объединения укрупненных групп специальностей 43.00.00 Сервис и туризм, протокол № 5 от «25» мая 2022 г.

Рекомендовано к использованию в учебном процессе Методическим советом СМК, протокол № 6 от «26» мая 2022 г.

## ВВЕДЕНИЕ

В данных методических указаниях имеются рекомендации по подготовке к практическим занятиям, ситуационные задачи для самостоятельной работы студентов, приводится список рекомендуемой литературы.

### **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 2.5. Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, профессиональных и иных групп.

Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства

ЛР 13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма

ЛР 14 Стремящийся к знанию и соблюдению должностных инструкций, стандартов работы, правил внутреннего трудового распорядка туроператора/турагента.

ЛР 15 Владеющий правилами этикета при общении с туристами, партнерами и коллегами

ЛР 17 Знающий порядок работы с локальными и глобальными телекоммуникационными системами, методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи.

ЛР 24 Умеющий рационально организовывать физическую и интеллектуальную деятельность, оптимально сочетать труд и отдых, различные виды активности в целях укрепления физического, духовного и социально-психологического здоровья.

# ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ

## Индустрия размещения туристов

### 1. Теоретическая часть

Гостиничная индустрия как вид экономической деятельности включает предоставление гостиничных услуг и организацию за вознаграждение краткосрочного проживания в гостиницах, кемпингах, мотелях, школьных и студенческих общежитиях, домах для приезжих и т.д. К этой деятельности относятся и услуги ресторанов. На гостиничные услуги распространяются все основные характеристики, что в определенной степени роднит их с туристическими услугами и услугами вообще. Но они имеют и свою специфику. Важнейшие специфические черты гостиничных услуг включают: одновременность процессов производства и потребления; ограниченная возможность хранения; срочный характер гостиничных услуг; широкое участие персонала в производственном процессе; сезонный характер спроса на гостиничные услуги; взаимозависимость гостиничных услуг и цели поездки.

В организационной структуре управления гостиницами в мировой гостиничной индустрии с 50-х гг. XX в. утвердились две основные модели организации гостиничного дела.

Первая – модель Ритца – связана с именем швейцарского предпринимателя Цезаря Ритца. Многие престижные отели мира носят его имя. Основная ставка этих гостиниц делалась на европейские традиции изысканности и аристократизма (например, «Палас-Отель» в Москве). В настоящее время эта модель переживает кризис: за последние 25 лет с мирового рынка гостиничных услуг сошло более 2 млн. гостиничных номеров в стиле «палас».

Вторая модель организации связана с именем американского предпринимателя Кемонса Уильсона (цепь гостиниц «Холидей Инн»). В этой модели делается ставка на большую гибкость в удовлетворении потребностей клиента (независимо от того, в какой стране находится гостиница) в сочетании с поддержанием достаточно высоких стандартов обслуживания. Значительное внимание уделяется интерьеру гостиницы, начиная с холла. Основные требования к гостиничной цепи, организованной по этой модели, сводятся к следующему: единство стиля (архитектура, интерьер); единство обозначений и внешней информации; просторный и функциональный холл; быстрота регистрации клиентов; номера, предусмотренные для постоянных клиентов; завтрак «шведский стол»; наличие конференц-холла; гибкая система тарифов; единое управление, маркетинг и служба коммуникаций.

Под контролем гостиничных цепей, построенных по второй модели, находится более 50% гостиничных номеров в мире. Такие цепи, по сути, – финансово-экономические империи, управляемые одним собственником – головным холдингом.

Существует и третья модель организации – так называемые добровольные гостиничные цепочки (типа Best Western, Romantic Hotels и

др.). В этом случае под единой торговой маркой объединяют гостиницы по каким-либо однородным признакам, выдерживающие определенные стандарты и наборы услуг, независимо от страны нахождения. Гостиницы – звенья цепи, платят взносы в единый фонд, который расходуется на объединенную рекламную и маркетинговую деятельность, продвижение продукта и т.д. При этом полностью сохраняется их финансово-экономическая и управленческая самостоятельность. Эти цепи – ассоциации гостиниц, объединенных единым договором.

## 2. Задания к практической работе

**Задание 1.** Установите соответствие и укажите правильные ответы на один из вариантов тестов

1	Ботель	Аэрогостиница, или, как ее еще называют, «летающий отель». Крайне редкий, дорогостоящий и немногочисленный тип гостиниц.	на воде в воздухе под водой в горах
2	Вилла	Большая плавающая гостиница, ее еще называют «курортом на воде», предоставляющая туристам первоклассный отдых. Гостиница предлагает комфортабельные номера, большое количество услуг, такие как оснащение для подводного плавания, бассейн, водные лыжи, библиотеки, тренажерные залы, подводное плавание и подводная охота. Номера комфортабельны, оснащены телефонами, факсами, телевизорами.	
3	Ротель	Отдельно стоящий загородный дом с участком земли, для отдыха, развлечений, возможно с бассейном.	
4	Кемпинг	Малое строение из легких материалов, предназначенное для размещения туристов.	
5	Флотель	Дешевая гостиница типа общежития. Обычно имеет коридорную систему, общие туалеты, душевые, кухни с холодильниками и микроволновыми печами на каждом этаже, общая комната отдыха с телевизором, таксофон. Питание организуется в кафе или дешевой столовой.	
6	Флайтель	Передвижная гостиница, состоящая из специализированных вагончиков, имеющих несколько отделенных друг от друга отсеков, оснащенных спальными креслами. В отсеках имеются раздевалка, холодильник, туалет.	на суше на воде под водой в воздухе
7	Мотель	Оборудованный летний лагерь для автотуристов с местами для установки палаток или лёгкими домиками, местами для стоянки автомобилей (на общей стоянке или непосредственно у жилья) и туалетами.	в деловой части города вблизи автомагистрали в центре населенного пункта возле ж/д вокзала
8	Бизнес-отель	Небольшая гостиница, расположенная на воде. Представляет собой	

		переоборудованное плавательное судно.	
9	Бунгало	Небольшая гостиница, вход в номера которой осуществляется с улицы (с места парковки автомобиля). Как правило, она имеет всего один или два этажа, количество дополнительных услуг и типов номеров минимально.	
10	Хостел	Специализируется на приеме и обслуживании гостей конгрессов и выставок. Чаще всего располагаются в местах деловой активности — крупных экономических центрах.	
		В какой стране принята классификация гостиниц по системе «Корон»?	Франция Германия Испания Великобритания
		Какие средства размещения из перечисленных относят к специализированным?	Арендованное жилье Гостиницы Конгресс-центры Хостелы
		В какой стране принята «буквенная» система классификации гостиниц по уровню комфорта?	Великобритания Германия Греция Франция

**Задание 2.** Установите соответствие и укажите правильные ответы на один из вариантов

1. ОТЕЛЬ	А) Предприятие средней вместимости, примерно 150 мест. Располагается неподалеку от автомагистралей, в сельской или пригородной местности. Такой тип гостиницы обладает ограниченным набором услуг, для них характерно простое и быстрое обслуживание. Основной контингент – бизнесмены и индивидуальные туристы (путешественники), желающие сэкономить на проживании.
2. ОТЕЛЬ-ЛЮКС	Б) Гостиницы данного типа, как правило, располагаются вне города, у магистралей, это средние предприятия, вместимостью до 400 мест. Из-за небольшого количества персонала для таких гостиниц характерен средний уровень обслуживания. Численность персонала небольшая.
3. ГОСТИНИЦА СРЕДНЕГО КЛАССА	В) Предприятие от небольших до средних размеров, вместимостью до 400 мест. Располагается в больших городах с большим количеством приезжих граждан. Они похожи на гостиницы квартирного типа, используются как временное жилье. Предназначены для семейных туристов и бизнесменов, коммерсантов, останавливающихся на длительный срок. Цена зависит от времени проживания. Средний уровень обслуживания (самообслуживание).
4. ОТЕЛЬ-КУРОРТ (КУРОРТНАЯ ГОСТИНИЦА)	Г) По вместимости гостиница небольших размеров, располагается в пригородных и сельских местностях. Такие гостиницы еще называют «ночлег и завтрак», потому что в обслуживание, как правило, входит завтрак и ранний ужин в домашней обстановке. Услугами подобных гостиниц часто пользуются коммерсанты и маршрутные туристы, стремящиеся к домашнему уюту.

5. Частная гостиница	Д) Располагается гостиница в курортной местности, вблизи озер, гор, океанов и т. п. Предлагает полный набор услуг, в том числе здесь даже можно получить комплекс специального медицинского обслуживания и диетического питания.
6. Гостиница	Е) Предприятие, располагающееся в центре города или городской черте, по апарт-амплитуде вместимости больше отеля-люкс (400-2000 мест). Включает достаточно большой перечень услуг, от чего и цены не ниже отеля-люкс. Предназначено для размещения бизнесменов, индивидуальных туристов, участников конгрессов, конференций. Высококвалифицированный персонал выполняет все виды услуг.
7. Мотель	Ж) Предприятие, расположенное в центре города и имеющее небольшое число номеров. В основном располагается в центре крупного города с развитой экономикой. Характеризуется наличием хорошего персонала, который может удовлетворить потребности самого требовательного гостя. Цена номера, как правило, очень высока, так как гостиница предоставляет все возможные виды обслуживания.
8. Гостиница экономического класса	З) Один из типов предприятия. Обычно располагается в большом городе и предлагает широкий круг услуг, предоставляемый большим штатом обслуживающего персонала.

**Задание 3.** Установите соответствие и укажите правильные ответы на один из вариантов

1. Одно звездочная гостиница	А) Это гостиницы с высоким уровнем сервиса. Они отличаются повышенным уровнем комфортности и удачным месторасположением. В основном они находятся в центре города. В гостиницах такой категории, как правило, оказывается множество дополнительных бесплатных услуг. Возможность неограниченного посещения тренажерного зала, бассейнов. В этой гостинице номер выглядит, как обычная жилая комната со стандартной бытовой техникой.
2. Двух-звездочная гостиница	Б) Такие гостиницы турфирмы предлагают, когда туристу нужны только постель и завтрак. Иногда уровень этих гостиниц подразумевает наличие удобств (душа и телевизора). Завтрак обычно присутствует.
3. Трехзвездочная гостиница	В) Находится в городе с необходимой для жизни инфраструктурой. В таких гостиницах есть несколько ресторанов, баров, ночной клуб и магазины, а также парикмахерские и прачечные, фитнес и бизнес-центры, бассейны и косметические кабинеты. В номерах такой гостиницы должен быть полный набор необходимых косметических средств в ванной, тапочки перед кроватью, мини-бар, телефон, цветной телевизор, кондиционер и другие предметы роскоши, облегчающие быт.
4. Четырех звездочная гостиница	Г) В таких гостиницах в основном останавливаются самостоятельные путешественники. Туристические фирмы почти не предлагают такие гостиницы для размещения. Данные гостиницы обычно располагаются на окраине или рядом с центром. Это, как правило, очень маленький отель (на шесть – десять номеров), который обслуживает одна семья. Здесь не предполагается питание.
5. Пятизвездочная гостиница	Д) Такие гостиницы – оптимальный выбор для большинства постоянно путешествующих. Они являются самыми

	распространенными во всем мире. Номера таких гостиниц оборудованы всеми удобствами (телефоном, телевизором, возможно, мини-баром).
--	--

**Задание 4.** Заполните таблицу, характеризующую предприятие размещение и прилегающую к нему территорию. При этом необходимо выбрать три предприятия размещения города Сочи, работа выполняется индивидуально.

Таблица – Характеристика предприятий размещения г. Сочи

Показатели	Гостиница 1	Гостиница 2	Гостиница 3
Месторасположение			
Площадь и конфигурация			
Микроклимат			
Условия присоединения к инженерным сетям: Водоснабжение Канализация Энергоснабжение Связь			
Транспортные связи и наличие поездных путей			
Наличие парковки и автостоянки (указать количество мест для легкового автомобильного транспорта)			
Экстерьер здания			
Наличие зеленых насаждений			
Наличие элементов освещения			
Благоустройство прилегающей территории			

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ Классификация гостиниц и других средств размещения

### 1. Теоретическая часть

Классификация гостиниц и других средств размещения - процедура, включающая проведение оценки соответствия гостиниц и других средств размещения требованиям, установленным в Системе, и аттестацию их на соответствующую категорию ("пять звезд", "четыре звезды", "три звезды", "две звезды", "одна звезда", "без звезд").

На сегодняшний день, классификация – один из самых актуальных вопросов гостиничного бизнеса. Эта процедура направлена на повышение качества туристической России, необходимого для полного удовлетворения

потребностей современных путешественников. Наличие «звезд», выданных аккредитованной организацией, гарантирует гостю получение определенных услуг, удобств и сервиса.

Основу нормативно-правовой базы, предусматривающей классификацию гостиниц и иных средств размещения, составляет Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).

Приказом Министерства культуры Российской Федерации от 11 июля 2014гг. № 1215 утвержден порядок классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями.

Срок проведения классификации гостиниц и иных средств размещения:  
1) до 1 июля 2019 года - гостиницы с номерным фондом более 50 гостиничных номеров; 2) до 1 января 2020 года - гостиницы с номерным фондом более 15 гостиничных номеров; 3) до 1 января 2021 года - все гостиницы.

## **2. Задания к практической работе**

**Задание 1.** Оцените персонал гостиницы и определите, какую категорию может получить гостиница, если по всем остальным критериям в ходе предварительной оценки она получила 4\*.

Характеристика персонала:

Образование. Наличие высшего профессионального образования в сфере гостеприимства у 80% руководителей среднего и высшего звена управления; наличие среднего образования у 100% обслуживающего персонала. Английский разговорный у директора и сотрудников, непосредственно контактирующих с гостями.

Стаж работы у руководителей высшего звена управления средства размещения – от 3 до 10 лет; повышение квалификации руководителей высшего и среднего звена - 1 раз в 2-3 года.

В гостинице имеются должностные инструкции, правила внутреннего распорядка, стандарты обслуживания, с которыми персонал ознакомлен под подпись.

Персонал знает и соблюдает санитарно-эпидемиологические нормы и правила, правила пожарной безопасности, правила поведения в чрезвычайных ситуациях, может оказать первую помощь в ЧС, знает требования нормативных документов на услуги средств размещения, знает и использует компьютерные системы.

**Задание 2.** Примите решение о категории гостиницы (количество номеров – 80).

В ходе предварительной оценки установлено, что гостиница соответствует категории 5 звезд.

В результате балльной оценки гостиница получила 120 баллов, в т.ч.

- внешний вид гостиницы (качество и состояние фасада, балконов, лоджий, окон и ставней) – 3 балла;

- состояние коридоров и других общественных помещений: напольное покрытие – 3 балла; состояние стен, потолка, окон и дверей – 3 балла; состояние занавесей – 3 балла; мебели – 3 балла; освещение – 3 балла;

- состояние номерного фонда: напольное покрытие – 3 балла; мебель – 3 балла; занавеси – 3 балла; постельные принадлежности и полотенца – 3 балла; стены, потолок, окна и двери – 3 балла; освещение – 3 балла;

- состояние ванных комнат: стены, потолок, пол – 3 балла; сантехническое оборудование – 3 балла; краны – 3 балла.

**Задание 3.** Номерной фонд гостиницы составляет 78 номеров. Характеристика номеров гостиницы указана в таблице. Установите категории номеров и звездочную категорию, на которую может претендовать гостиница при условии, что техническое оснащение, оснащение мебелью, инвентарем, предметами санитарно-гигиенического оснащения и результаты балльной оценки номеров соответствуют установленным требованиям к номерам соответствующих категорий. Разработайте рекомендации для повышения гостиницей звездочной категории.

Таблица – Характеристика номеров гостиницы

Количество номеров	Характеристика номеров
12 (1—12)	Однокомнатный номер площадью 18 м <sup>2</sup> с двуспальной широкой кроватью 160х200 см, санузлом площадью 3 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной
15 (21—35)	Однокомнатный номер площадью 18 м <sup>2</sup> с двумя кроватями 90х200 см, санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и душевой кабиной
3 (14, 15, 16)	Трехкомнатный номер площадью 82 м <sup>2</sup> , состоящий из гостиной, кабинета и спальни с широкой двуспальной кроватью (200х200 см), кухонным уголком. Имеются два санузла: первый санузел площадью 4,8 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной, второй санузел площадью 4,5 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и душевой кабиной
5 (13, 17, 18, 66, 78)	Однокомнатный номер площадью 36 м <sup>2</sup> с двуспальной кроватью, которая трансформируется из двух кроватей шириной 120х200 см, с кухонным уголком, санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> (умывальник, унитаз, душевая кабина)
3 (19, 20, 67)	Трехкомнатный номер площадью 76 м <sup>2</sup> , состоящий из гостиной, столовой и спальни, с кухонным уголком и санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной. Кровать 200х200 см
15 (36—50)	Однокомнатный номер площадью 15 м <sup>2</sup> с одной двуспальной кроватью шириной 160 см, санузлом площадью 2,5 м <sup>2</sup> (унитаз и умывальник)
15 (51—65)	Однокомнатный номер площадью 15 м <sup>2</sup> с двумя кроватями 120х200 см, санузлом площадью 2,5 м <sup>2</sup> (унитаз и умывальник)
2 (68—69)	Четырехкомнатный номер площадью 76 м <sup>2</sup> , состоящий из гостиной, столовой, 2 спален, с кухонным уголком, санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> (умывальник, унитаз, душевая кабина). Кровать 200х200 см
3 (70, 71, 72)	Двухкомнатный номер площадью 40 м <sup>2</sup> , состоящий из гостиной и спальни с широкой двуспальной кроватью, которая трансформируется из двух кроватей 90х200 см. Санузел площадью 4 м <sup>2</sup> (унитаз, умывальник, ванна)

1 (73)	ной кроватью (200x200 см). Имеются два санузла: первый санузел площадью 3,9 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной, второй санузел площадью 4,5 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и душевой кабиной
1 (74)	Двухкомнатный номер площадью 40 м <sup>2</sup> , состоящий из гостиной и спальни с широкой двуспальной кроватью 160x200 см, санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной
1 (75)	Однокомнатный номер в средстве размещения площадью 42 м <sup>2</sup> с зоной для приема гостей, кухонным уголком, кабинетом, спальней с широкой кроватью, санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной. Кровать 160x200 см
2 (76—77)	Однокомнатный номер в средстве размещения площадью 42 м <sup>2</sup> с зоной для приема гостей, кабинетом, спальней с широкой кроватью, санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной. Две кровати 90x200 см

**Задание 4.** Номерной фонд гостиницы составляет 35 номеров. Установите категории номеров и звездочную категорию, на которую может претендовать гостиница при имеющемся номерном фонде, при условии, что техническое оснащение, оснащение мебелью, инвентарем, предметами санитарно-гигиенического оснащения и результаты балльной оценки номеров соответствуют установленным требованиям. Разработайте рекомендации:

- по техническому оснащению номеров, оснащению мебелью, инвентарем, предметами санитарно-гигиенического оснащения;
- для повышения привлекательности гостиницы для китайских туристов.

Таблица – Характеристика номеров гостиницы

Количество номеров	Характеристика номеров
12 (1—12)	Однокомнатный номер площадью 18 м <sup>2</sup> с двуспальной широкой кроватью 160x200 см, санузлом площадью 2,5 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной. При этом номера 1 и 2, 3 и 4, 5 и 6 соединены общими холлами
15 (13—27)	Однокомнатный номер площадью 18 м <sup>2</sup> с двумя кроватями 90x200 см, санузлом площадью 3 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и душевой кабиной
5 (28—32)	Однокомнатный номер площадью 36 м <sup>2</sup> с двуспальной кроватью, которая трансформируется из двух кроватей шириной 120x200 см, с кухонным уголком, санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> (умывальник, унитаз, душевая кабина)
3 (33—35)	Трехкомнатный номер площадью 76 м <sup>2</sup> , состоящий из гостиной, столовой и спальни, с кухонным уголком и санузлом площадью 3,8 м <sup>2</sup> с умывальником, унитазом и ванной. Кровать 200x200 см

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ

### Анализ внешней и внутренней среды гостиничного предприятия

#### 1. Теоретическая часть

В настоящее время гостиничный бизнес является одним из самых перспективных сфер деятельности. Все больше и больше туристов пребывает

в Россию из зарубежных стран, где гостиничный бизнес развит намного лучше, а система предоставления услуг и качество обслуживания намного выше, но, к сожалению, лишь немногие российские гостиницы способны полностью удовлетворить потребности клиента и предоставить обслуживание на высоком уровне. Важнейшим понятием в менеджменте является организация. Любая организация находится и функционирует в среде. Каждое действие всех без исключения организаций возможно только в том случае если, среда допускает его осуществление. Внутренняя среда является источником ее жизненной силы. Она заключает в себе потенциал, необходимый для функционирования организации, но в это же время может быть источником проблем и даже ее гибели.

Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами. Организация находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания. Естественно, эти моменты должны быть предметом постоянного внимания со стороны менеджера.

Менеджер формирует и изменяет, когда это необходимо, внутреннюю среду организации, представляющую собой органичное сочетание ее внутренних переменных. Но для этого он должен уметь выделять и знать их.

Внутренние переменные - это ситуационные факторы внутри организации. Поскольку организации представляют собой созданные людьми системы, то внутренние переменные в основном являются результатом управленческих решений. Это, однако, вовсе не означает, что все внутренние переменные полностью контролируются руководством. Основные переменные в самой организации, которые требуют внимания руководства, это цели, структура, задачи, технология и люди.

Внутренняя среда оказывает постоянное и самое непосредственное воздействие на функционирование организации. Внутренняя среда имеет несколько срезов, состояние которых в совокупности определяет тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация. Изучение внутренней среды направлено на уяснение того, какими сильными и слабыми сторонами обладает организация.

Сильные стороны служат базой, на которую организация опирается в конкурентной борьбе и которую она должна стремиться укреплять и расширять.

Слабые стороны - это предмет пристального наблюдения со стороны руководства, которое должно делать все возможное, чтобы избавиться от них.

## 2. Задания к практическим занятиям

**Задание 1.** Из приведенного ниже перечня составляющих макрофакторов внешней среды гостиничного предприятия соотнести и заполнить таблицу.

ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ (макрофакторы)	
Демографические факторы	1. 2. 3...
Социально-экономические	1.

факторы	2. 3...
Природные факторы	1. 2. 3...
Политические факторы	1. 2. 3...
Технологические факторы	1. 2. 3...
Культурные факторы	1. 2. 3...

**ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ (макрофакторы):**

- |  |  |
|--|--|
| 1. Численность населения                           | 2. Налоговая политика  |
| 3. Структура населения                             | 4. Контроль за качеством товаров                               |
| 5. Миграция  | 6. Контроль за порядком торговли                               |
| 7. Естественный прирост / убыль населения          | 8. Юридическая защищенность потребителя                        |
| 9. Уровень занятости                               | 10. Юридическая защищенность бизнеса                           |
| 11. Доходы населения                               | 12. Информационные технологии                                  |
| 13. Потребительские расходы                        | 14. Потенциальные возможности создания инновационного продукта |
| 15. Уровень инфляции                               | 16. Совершенствование технологии                               |
| 17. Валютные курсы                                 | 18. Культурные различия  |
| 19. Наличие природных ресурсов                     | 20. Образовательные ценности                                   |
| 21. Климатические условия                          | 22. Традиции   |
| 23. Наличие природоохранных организаций            | 24. Вопросы этики  |
| 25. Законы и правила, относящиеся к данной отрасли |  |

**Задание 2.** Проанализировать компоненты внутренней среды гостиничного предприятия и заполнить таблицу.

*Компоненты внутренней среды гостиничного предприятия*

Компоненты внутренней среды	Описание компонентов внутренней среды
Персонал	
Капитал	
Управление	
Маркетинг	
Культура	

**Задание 3.** Проанализировать требования, предъявляемые к маркетинговым целям гостиничного предприятия и прописать их в таблице.

*Требования, предъявляемые к маркетинговым целям*

Требования	Описание требований
Конкретность и измеримость	
Достижимость	
Ориентация во времени	
Избирательность	
Участие сотрудников в их постановке	

**Задание 4.** Из приведенного ниже перечня составляющих факторов внутренней среды гостиничного предприятия соотнести и заполнить таблицу:

Внутренняя среда	
Маркетинг	1. 2. 3...
Производство	1. 2. 3...
Организация	1. 2. 3...
Финансы	1. 2. 3...

ФАКТОРЫ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ	
1. Организационная структура	2. Уровень прибыльности
3. Квалификация персонала	4. Финансовая стабильность
5. Формы контроля	6. Ассортимент и качество продукции
7. Уровень НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы)	8. Рыночная доля
9. Состояние производственных мощностей	10. Эффективность продвижения
11. Возможность своевременных поставок	12. Известность марки
13. Качество оборудования	14. Сервис для клиентов
15. Производственные издержки	16. Эффективность работы сбытовиков
17. Резервы производственных мощностей	18. Имидж организации
19. Использование современных технологий	

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ**

### **Анализ конкурентоспособности гостиничного предприятия**

#### **1. Алгоритм выполнения работы**

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

1. Изучить теоретико-методологические основы изучения конкурентоспособности 3 гостиницы в г. Ставрополе на выбор студента.
2. Выявить особенности конкуренции 3-х выбранных ранее гостиниц в г. Ставрополе в сфере гостиничного бизнеса;
3. Определить показатели конкурентоспособности выбранных гостиниц в конкурентных условиях.
4. Составить SWOT-анализ 3-х выбранных ранее гостиниц в г. Ставрополе
5. В виде презентации представить результаты своей работы.

#### **2. Задания к практической подготовке**

**Задание 1.** В таблице представлена матрица SWOT-анализа Radisson Лазурная отеля, заполните поля: СИБ, СИУ, СЛВ, СЛУ. Предложите мероприятия по коммерциализации сильных сторон, снижения влияния угроз внешней среды, поясните как препятствуют слабые стороны использовать ту

или иную возможность отеля, препятствуют ли слабые стороны избежать эту угрозы. Сформулируйте стратегию развития курортного отеля.

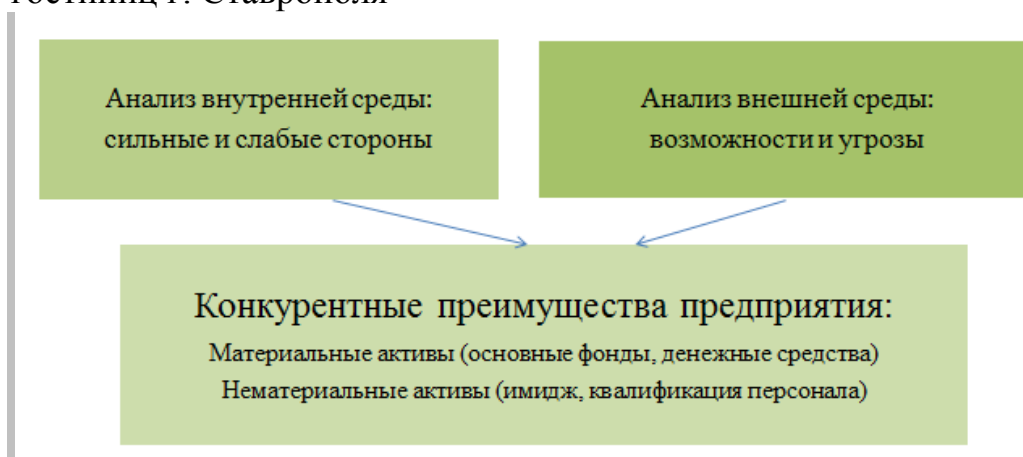
Факторы внешней среды	Возможности (Opportunity) 1. Обслуживание новых сегментов гостей (спортивные группы); 2. Развитие спортивно-событийного туризма 3. Круглогодичная работа курорта	Угрозы (Threats) 1. Развитие конкурентной среды на внутреннем рынке. 2. Конкуренция с другими направлениями, отток туристов, ориентированных на выездной туризм. 3. Снижение покупательского спроса в кризис.
Факторы внутренней среды		
Сильные стороны (Strength): 1. Известное имя и имидж гостиницы. 2. Международные Стандарты обслуживания. 3. Высококвалифицированный персонал. 4. Отлаженная система продвижения и сбыта	(СИВ) поле сильных сторон и возможностей 1. Известное имя и имидж гостиницы как престижного места отдыха, развитая инфраструктура позволяют обслуживать различные сегменты гостей, как группы, в т.ч. спортивные, так и индивидуалы, приезжающие с целью отдыха. 2. Международные стандарты обслуживания и принадлежность к цепи Carlson Rezidor Hotel Group являются неоспоримым преимуществом при выходе на международный рынок. 3. Прекрасные условия для проведения деловых мероприятий позволяют гостинице занимать лидирующие позиции на данном сегменте рынка. А также в проведении событийных мероприятий	(СИУ) поле сильных сторон и угроз 1. Гостиница обладает рядом конкурентных преимуществ, которые позволяют оставаться лидером среди основных конкурентов; 2. Развитая система сбыта и грамотная маркетинговая политика обеспечивают эффективность продаж. Высокие стандарты обслуживания привлекают постоянных гостей. 3. Наличие большого числа предприятий питания и условий для проведения досуга обеспечивает гостям насыщенную программу отдыха на территории гостиницы.
Слабые стороны (Weakness): 1. Текучесть кадров 2. Цены выше, чем у основных конкурентов. 3. Необходимость возврата инвестиций, вложенных на этапе модернизации в преодолительский период.	(СЛВ) поле слабых сторон и возможностей Высокие цены негативно сказываются на уровне привлекательности гостиницы, в особенности для иностранных гостей и гостей, приезжающих с деловыми целями.	(СЛУ) поле слабых сторон и угроз 1. Появления новых конкурентов известных брендов с более современным номерным фондом, приемлемыми ценами может отвлечь часть гостей и переманить персонал. 2. Проблемное поселение в высокий сезон без предварительной брони и высокие цены за номера негативно влияют на популярность гостиницы.

**Задание 2.** В таблице представлена матрица SWOT-анализа 3-х выбранных ранее гостиниц г. Ставрополя, заполните поля: СИВ, СИУ, СЛВ, СЛУ. Предложите мероприятия по коммерциализации сильных сторон, снижения влияния угроз внешней среды, поясните как препятствуют слабые стороны использовать ту или иную возможность отеля, препятствуют ли

слабые стороны избежать эту угрозы. Сформулируйте стратегию развития курортного отеля.

Факторы внешней среды	Возможности (Opportunity) 1. Обслуживание новых сегментов гостей (иностранные туристы в рамках крупных спортивно-событийных мероприятий) 2. Развитие спортивно-событийного туризма. 3. Круглогодичная работа курорта.	Угрозы (Threats) 1. Развитие конкурентной среды на внутреннем рынке. 2. Конкуренция с другими направлениями, отток туристов, ориентированных на выездной туризм. 3. Снижение покупательского спроса в кризис.
Факторы внутренней среды		
Сильные стороны (Strength): 1. Удачное месторасположение в центре города. 2. Удобная транспортная доступность. 3. Близость к морю и основным достопримечательностям города. 4. Наличие бесплатной парковки. 5. Высококвалифицированный персонал/знание иностранных языков. 6. Низкая текучесть кадров. 7. Недавняя реконструкция здания.	(СИВ) поле сильных сторон и возможностей	(СИУ) поле сильных сторон и угроз
Слабые стороны (Weakness): 1. Слабая рекламная кампания. 2. Небольшое разнообразие дополнительных услуг.	(СЛВ) поле слабых сторон и возможностей	(СЛУ) поле слабых сторон и угроз

**Задание 3.** Опираясь на теорию конкурентных преимуществ и матрицу SWOT-анализа, сформулируйте конкурентные преимущества 3-х выбранных ранее гостиниц г. Ставрополя



Конкурентное преимущество – завоевание более прочных позиций на рынке по сравнению с позициями конкурентов, достигнутых путем предоставления потребителям больших благ, за счет реализации более дешевой продукции или за счет предложения высококачественных продуктов, но по оправданно более высоким ценам.

**Задание 4.** Определите основных конкурентов 3-х выбранных ранее гостиниц г. Ставрополя. Опираясь на теорию позиционирования, обоснуйте позицию отеля по отношению к основным конкурентам.

Основные критерии оценки	Гостиница 1	Гостиница 2	Гостиница 3
1. Программы специального обслуживания деловых групп (оценивается набор основных и дополнительных услуг)			
1.1 Набор основных услуг: трансфер, размещение, питание.			
1.2 Набор дополнительных услуг: наличие фитнес-центра, развлекательных заведений, спортивных площадок, пляжей, услуг по аренде автомобилей.			
2. Условия размещения (количество номеров и оснащение номерного фонда, цены)			
2.1. Общее количество номеров			
2.2. Оснащение номеров			
2.3. Цены стандартного номера (в рублях)			
3. Условия для проведения деловых мероприятий			
3.1. Наличие конференц-залов, их вместимость			
3.2. Оснащение конференц-залов			
ИТОГО:			

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ

### Организация отдела маркетинга на гостиничном предприятии

#### 1. Теоретическая часть

Особенности организационной структуры маркетинговых служб гостиничных предприятий определяются тем, насколько быстро меняются параметры внешней среды (например, изменение запросов потребителей, спрос на гостиничные продукты и услуги т.д.). Если изменения внешней среды незначительные и ее можно считать относительно стабильной, используется "жесткая" маркетинговая структура. В составе данной структуры действует множество формальных инструкций, четко определен круг обязанностей сотрудников, которые должны выполнять работу только согласно закрепленных за ними функций. Такие структуры характерны для гостиниц, где круг клиентов четко определен и отличается стабильностью.

При быстром изменении внешних условий гостиничные предприятия могут использовать "мягкие" маркетинговые структуры, где формализованных инструкций немного, и для которых характерна децентрализация обязанностей работников, т.е. содержание работ может существенно варьироваться. Подобные структуры быстро осваивают

нововведения, обладают благоприятным социально-психологическим климатом для подчиненных и характерны для гостиничных предприятий крупных российских городов, где сильна конкуренция, быстро появляются новые отели, в том числе входящие в зарубежные гостиничные сети.

Для успешного осуществления маркетинговой деятельности в отеле создана база данных о постоянных клиентах. В ней представлена необходимая информация о клиенте: его месте проживания, дне рождения, источнике бронирования (частный визит, компания, туристическое агентство и т.п.), цели визита, условиях оплаты. Также фиксируются предпочтения гостя, такие, как тип номера, этаж, вид из окна, номер комнаты, отдаленность от лифтов и т.д. В эту базу данных может быть включена информация о характере гостя, его манере поведения и т.п. Для избежания конфликтных ситуаций персонал гостиницы широко использует данные о предыдущих приездах гостя, акцентируя внимание на предпочтениях и замечаниях, прослеживает историю гостя.

Служба маркетинга в отеле является его самостоятельным структурным подразделением. Работа службы маркетинга ориентирована на гибкое приспособление хозяйственной деятельности отеля к изменениям экономической ситуации в России и сочетает в себе комплекс работ экономического, технико-производственного, сбытового и исследовательского характера.

## 2. Задания к практическим занятиям

**Задание 1.** Распишите в таблице основные задачи службы маркетинга (отдела продаж) в соответствии с их функциями.

*Функции и задачи службы маркетинга*

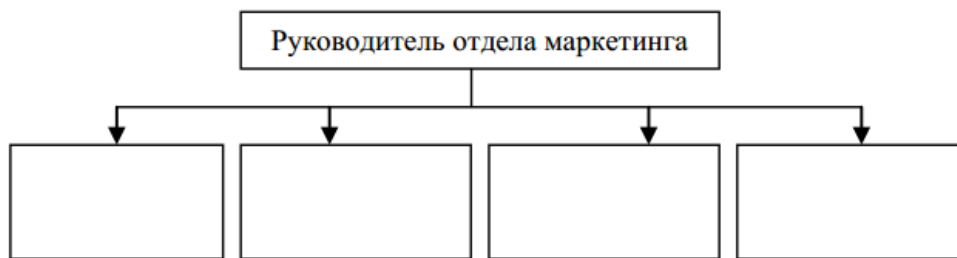
Функции	Задачи
1. Формирование рыночной стратегии фирмы	
2. Реализация концепции маркетинга	
3. Реклама товара и стимулирование сбыта	
4. Обеспечение маркетинговых исследований	

**Задание 2.** Заполните блок-схемы и таблицы соответствующих типов организационных структур службы маркетинга (отдела продаж) гостиничных предприятий.

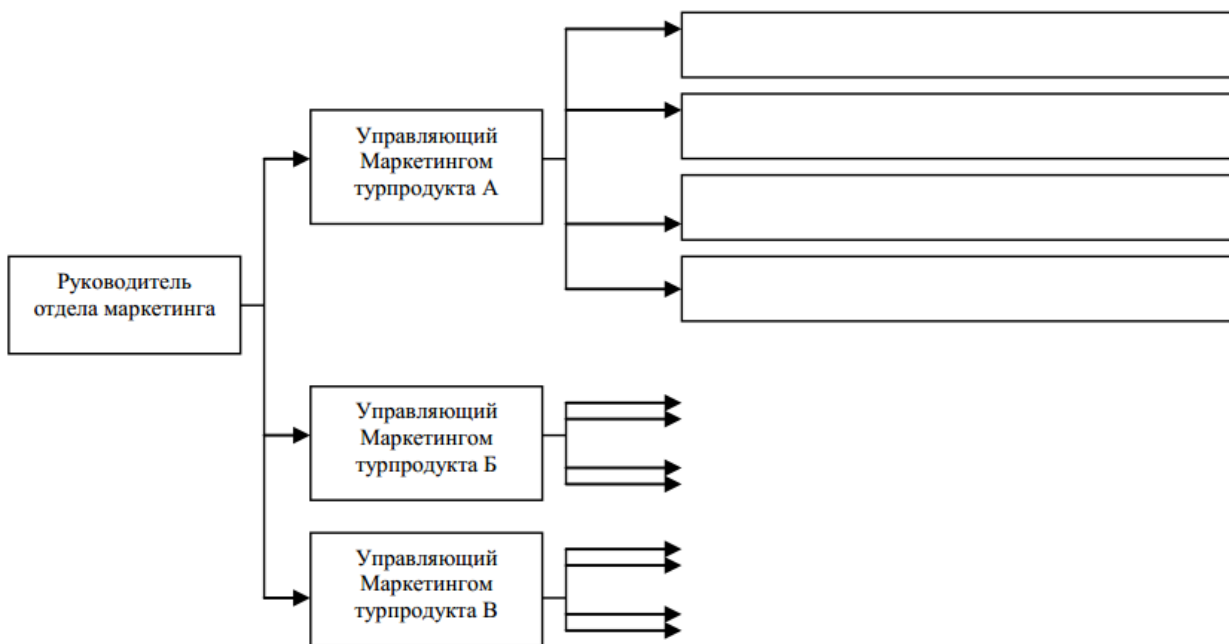
*Основные типы организационных структур отдела маркетинга в отеле*

Типы организационных структур	Описание организационных структур
1	
2	
3	

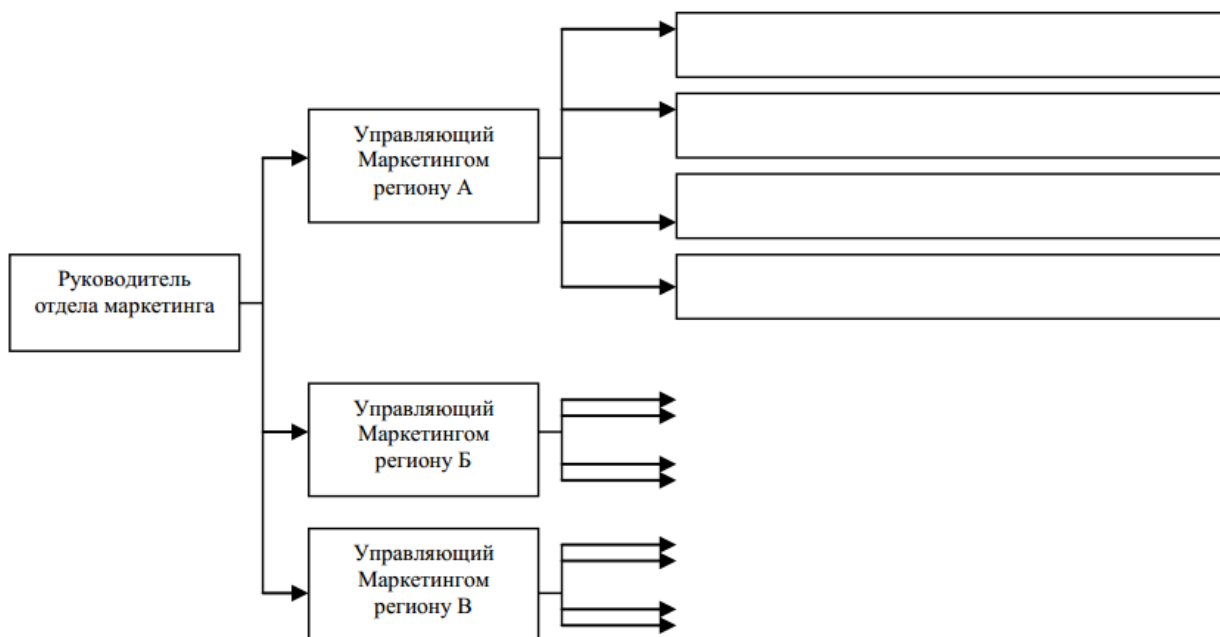
### Функциональная организация службы маркетинга



### Продуктовая организация службы маркетинга



### Региональная организация службы маркетинга



# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ

## Сегментирование рынка услуг

### 1. Алгоритм выполнения работы

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

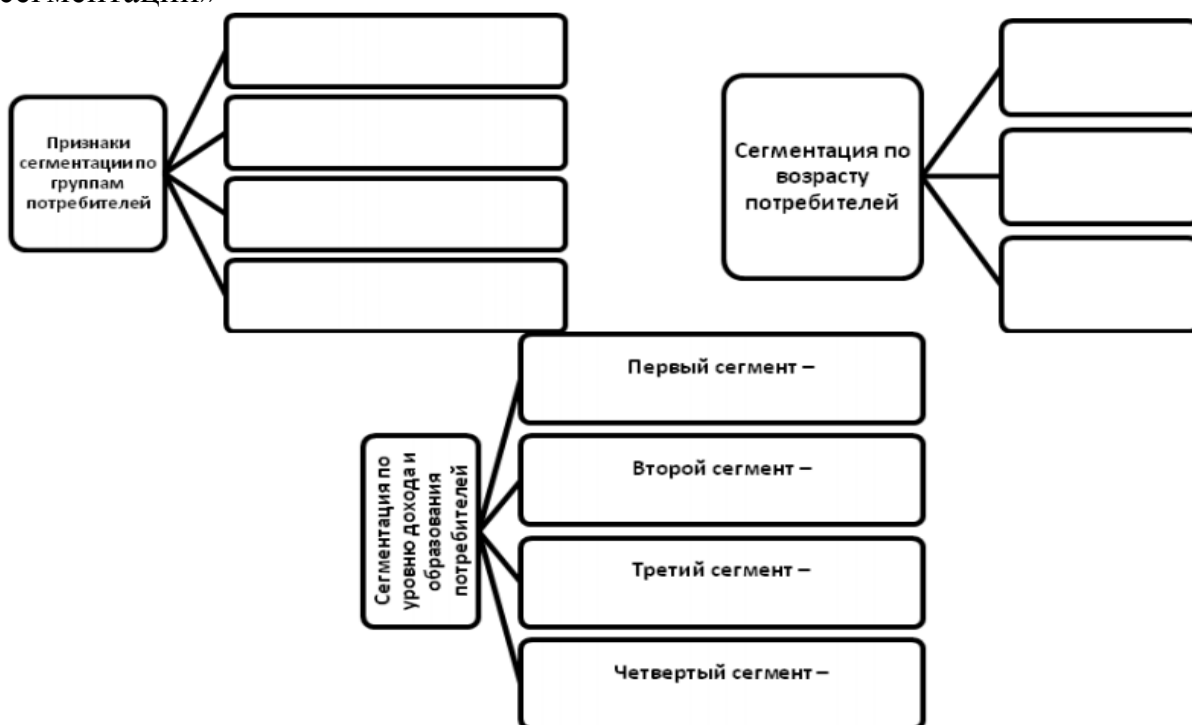
1) Перечислить сегменты туристского рынка в зависимости от возраста, так как каждая возрастная группа имеет свой ярко выраженный стереотип поведения и по-разному расставляет туристские приоритеты.

2) Выбрать из представленной ниже таблицы один из сегментов рынка и описать наиболее подходящий для него туристский (гостиничный) продукт

Таблица 1 – Туристские приоритеты разных возрастных групп населения (из социологического опроса населения, проведенного английской турфирмой "Ланн Поли")

Порядок предпочтений	Молодые одинокие люди	Молодые супружеские пары	Семейные пары	Возрастная группа от 45 до 64 лет	Пенсионеры 65 лет и старше
1	Посещение баров, клубов и дискотек	Пассивный отдых	Отдых с семьей	Экскурсии	Экскурсии
2	Солнечные ванны	Вкусная еда	Пассивный отдых	Пассивный отдых	Поездки на природу
3	Экскурсии	Экскурсии	Экскурсии	Поездки на природу	Вкусная еда
4	Пассивный отдых	Отдых с семьей	Солнечные ванны	Вкусная еда	Пассивный отдых
5	Поездки на природу	Солнечные ванны	Вкусная еда	Солнечные ванны	Отдых с близкими и друзьями

2) Заполнить приведенные ниже блок-схемы «Укрупненные признаки сегментации»



## ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ

### Составление рекламного обращения гостиничного предприятия

#### 1. Алгоритм выполнения работы

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

1) создайте рекламное сообщение или PR-информацию о любом мероприятии в индустрии гостеприимства и туризма, проходящее в городе Новороссийске или других регионах РФ, рекламу нового отеля, рекламу конференции по случаю внедрения на рынок новой гостиничной услуги и т.д.

2) разработайте информационное рекламное сообщение в виде ньюс-релиза – краткого новостного материала, рассчитанного для объявления по радио, телевидению на несколько минут;

3) составьте пресс-релиз о любом мероприятии, событии, новой услуге внедряемой гостиницей на рынок, или о проведении пресс-конференции по случаю открытия нового отеля или ресторана при гостинице – для публикации статьи.

#### Образец для составления пресс-релиза

к печати
<b>ЗАГОЛОВОК ПРЕСС-РЕЛИЗА</b>
<i>Лид – первый абзац пресс-релиза, содержит основную идею</i>
Каждая новая мысль должна излагаться с новой строки.
Объем пресс-релиза может составлять от одной до нескольких страниц, обязательно пронумерованных в нижней части листа.
Заключение, финальный вывод.
Контактная информация: телефон, факс ФИО ответственного от гостиницы
№ страниц

4) разработайте факт-лист о деятельности гостиничного предприятия – краткий PR-документ, отражающий профиль, продукты, специализацию, месторасположение, краткую историю отеля, текущие результаты продаж и перспективы деятельности.

5) разработанные Вами рекламные сообщения проанализируйте и запишите таблицу:

Форма представления рекламного обращения	Используемые средства массовой коммуникации	Цели данного рекламного обращения

#### 2. Задания к практической подготовке

**Задание 1.** Разработайте рекламное обращение гостиничного предприятия г. Ставрополя (на выбор студента) в соответствии с выше представленным алгоритмом выполнения работы

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ

## Планирование деятельности предприятия размещения

### 1. Алгоритм выполнения работы

**На первом этапе** необходимо выработать общие цели и план действий, выбирается вид деятельности (мини-отель, кемпинг, гостиница определенной категории и т.д.) и организационно-правовая форма предприятия, начинается разработка проекта учредительных документов и фирменного стиля.

Далее необходимо разработать учредительные документы, фирменный стиль в виде информационного письма.

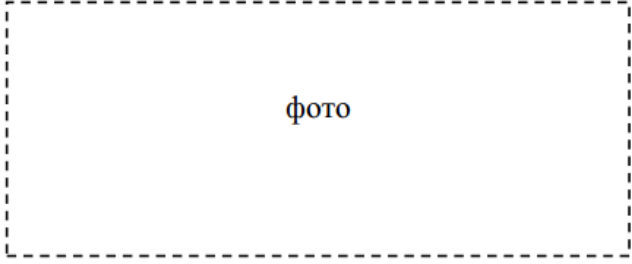
**На втором этапе** необходимо определить особенности своего гостиничного пакета, оформить анкету и провести опрос среди потенциальных клиентов (однокурсников, друзей), ознакомиться с особенностями и средствами презентации гостиниц.

**Во время третьего этапа** дорабатывается гостиничный пакет в соответствии с выводами, сделанными в результате опроса, проводится подготовка предприятия к рекламной кампании, включающая полную разработку рекламной продукции (плакаты, листовки, приглашения, брошюры).

**На четвертом этапе** проводится рекламная кампания, продажа гостиничного пакета и подведение итогов игры. Каждое предприятие оформляет свой офис соответственно фирменному стилю гостиницы и характеру продаваемого гостиничного пакета, представляет печатную рекламу, подробно описывает свой гостиничный пакет и показывает рекламный ролик

### 2. Задания к практической подготовке

**Задание 1.** Разработать собственный гостиничный пакет в соответствии с выше представленным алгоритмом выполнения работы в презентационном виде.

Название гостиницы	
Логотип	
Категория	
Местоположение (адрес) фото	
Контактная информация (сайт, телефон, факс)	
Номерной фонд фото номера	Стоимость размещения Краткое описание номера
Дополнительные услуги	
Организация питания в гостинице	

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ** **Организация работы гостиничной службы**

### **1. Алгоритм выполнения работы**

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен проанализировать структуру организации деятельности одной из основных служб гостиницы:

- служба управления номерным фондом
- служба организации питания
- административная служба
- коммерческая служба
- инженерно-техническая служба

План анализа:

- структура службы,
- цели деятельности,
- основные должности работников и их обязанности,
- схема взаимодействия с другими службами гостиницы.

### **2. Задания к практической подготовке**

**Задание 1.** Составить организационную структуру службы гостиничного предприятия в соответствии с представленным выше алгоритмом выполнения работы.

**Задание 2.** Составить схему взаимодействия разработанной Вами в 1-м задании службы с остальными службами гостиницы

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ** **Документационное обеспечение процесса бронирования**

### **1. Алгоритм выполнения работы**

Под бронированием понимается заказ номера или места в гостинице, осуществляемый предварительно, то есть за несколько часов, дней или даже недель до даты въезда. Данную услугу предоставляют практически все отели – именно с нее, как правило, начинается обслуживание клиента. Приемом заявок занимается специально созданный отдел бронирования или служба приема гостей.

Самыми распространенными способами бронирования в настоящее время являются:

- по телефону. Традиционный метод, который по-прежнему актуален, особенно учитывая возможности современных мобильных аппаратов. При этом можно получить всю необходимую дополнительную информацию об отеле от сотрудника, однако, у клиента отсутствует письменное подтверждение о бронировании;

- электронной почтой. Удобный и простой способ, при котором есть факт письменного обращения и конкретные данные, содержащиеся в нем. Получить электронный адрес гостиницы также не представляет особого труда;

- онлайн. В данном случае бронирование можно осуществить через интернет на сайте как отеля, так и поисковой системы. Самый популярный способ, одним из главных преимуществ которого является возможность сразу же, при помощи различных платежных систем, выполнить оплату брони.

## **2. Задания к практической подготовке**

**Задание 1.** Вы являетесь сотрудником отдела бронирования отеля «Лицей». Вам необходимо оформить индивидуальное и групповое бронирование номеров в вашем отеле. Вы должны принять и оформить письма- заявки на бронирование, провести подтверждение бронирования, заполнить регистрационную карту (анкету) и карту брони.

**Ситуация 1.** Индивидуальное бронирование. Туристическая фирма «Ростур», расположенная по адресу г. Москва, ул. Чертановская, 100, счет № 00000011 в банке «Огни Москвы» 25. 03. 2017 г. просит гостиницу «Лицей» забронировать для сотрудников фирмы Иванова А.И. и Петрова С.П. два одноместных номера с 01.04. 2017 г. до 05.04. 2017 г. Заезд в 14 часов.

Оплата гарантируется в соответствии с договором 12-А от 01.06. 2016 года. Подтверждение бронирования провести по факсу 1 23-45-67.

Директор «Ростур» Смирнов В.Б., гл. бухгалтер Сомова О.А.

Данные на Иванова Антона Ивановича: дата рождения 01.06.1965г, паспорт серия 62 09 номер 123456, место регистрации г. Тула, ул. Красная, д.11, кв. 57.

Цель приезда – командировка, командировочное удостоверение № 987.

- 1) Оформить заявку на бронирование номера и подтверждение бронирования.
- 2) Заполнить регистрационную карточку (анкету) на Иванова А.И.

**Ситуация 2.** Групповое бронирование. Туристическая фирма «Ростур», расположенная по адресу г. Москва, ул. Чертановская, 100, счет № 00000011 в банке «Огни Москвы» просит гостиницу «Лицей» забронировать шесть одноместных номера категории «стандарт» для группы туристов, стоимостью 1500 руб./сут. За номер. Дата заезда - 12.05.2017 г. в 14.00 ч.

Дата выезда – 18.05.2017 г. в 12.00 ч. Дополнительные услуги: завтрак – 150 руб. за человека. Оплата брони: 200 руб. Страховой сбор – 170 руб. с группы.

Список туристов: Воронов И.П., Баранов В.М., Сухова Е.С, Семенов В.П., Беляев В.Н., Шахова С.Ю.

Заявка 11/00 от 02. 05. 2017 г. Карта брони № 0120. Оплата по безналичному расчету Администратор – Васильева А.А.

- 1) Оформить заявку на бронирование номеров и подтверждение бронирования.
- 2) Заполнить карту брони.

# ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ

## Порядок бронирования номеров в гостинице

### 1. Алгоритм выполнения работы

На основе ниже представленного документа на бронирование номеров необходимо составить договор бронирования.

#### Пример:

Договор на бронирование номеров  
в системе "МосОтель" № \_\_\_\_\_

г. Москва "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 2021 г.

ООО «Столица – сервис + », в дальнейшем именуемое Компания (Система бронирования «МосОтель») в лице Генерального директора Капутовой Г.О., действующего на основании Устава с одной стороны, и \_\_\_\_\_ в дальнейшем именуемое Гостиница, в лице \_\_\_\_\_ с другой стороны, в дальнейшем совместно именуемые «Стороны», заключили настоящий договор о нижеследующем:

#### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Гостиница подключается к Системе бронирования «МосОтель», путем регистрации на сайте.

1.2. Компания предоставляет Гостинице специальный интерфейс, расположенный на сайте по адресу [www.mosotel.ru](http://www.mosotel.ru), для администрирования информации в системе «МосОтель» о наличии и стоимости мест в Гостинице.

1.3. Клиенты Компании осуществляют бронирования номеров в Гостинице в виде прямого резервирования по ценам и согласно информации о наличии мест, устанавливаемой Гостиницей.

#### 2. УСЛОВИЯ ПОДКЛЮЧЕНИЯ

2.1. Гостиница предоставляет для подключения информацию о гостинице, гостиничных номерах, их обустройстве, их стоимости и их наличии для бронирования. Компания предоставляет Гостинице специальный интерфейс для администрирования информации в системе "МосОтель" о наличии и стоимости мест в Гостинице. В случае невозможности самостоятельного администрирования информации в Системе бронирования "МосОтель", Гостиница вправе обратиться к менеджерам Компании для установки необходимых опций.

2.2. Руководство Гостиницы обязано информировать всех сотрудников, отвечающих за бронирование номеров о сотрудничестве с Системой бронирования «МосОтель», а также о фактических актуальных ценах, устанавливаемых Гостиницей.

2.3. Цены и наличие свободных номеров, устанавливаемые Гостиницей в Системе бронирования «МосОтель» действительны до того момента, пока Гостиницей не установлена другая цена. В случае изменения цен в сторону увеличения, Гостиница обязуется \_\_\_\_\_ разместить клиентов \_\_\_\_\_

2.4. Гостиница обязуется предоставлять достоверную информацию о наличии и стоимости мест и обрабатывать информацию, поступающую на факс и e-mail Гостиницы от Системы бронирования «МосОтель». Гостиница самостоятельно принимает решение о выборе категории номеров, выставляемых в Систему бронирования "МосОтель". Гостиница обязуется не указывать в описании номерного фонда контактной информации (телефонов, факсов, адресов электронной почты, URL сайтов).

### 3. УСЛОВИЯ БРОНИРОВАНИЯ

3.1. Все бронирования номеров в Гостинице осуществляются в виде прямого резервирования по ценам и количеству свободных номеров, устанавливаемых Гостиницей. Бронирования осуществляются без предварительного запроса в Гостиницу.

3.2. Все бронирования осуществляются клиентом через сайт Компании [www.mosotel.ru](http://www.mosotel.ru) путем заполнения и отправки формы брони, заявка направляется в Гостиницу посредством факсимильной (факс) и/или электронной связи (e-mail) в автоматическом режиме. Все заявки на бронирования гостиничных номеров отслеживаются через офис Компании ежедневно с 09.00-18.00 час. с понедельника по пятницу. Также возможны бронирования через менеджеров Компании. Способ направления заявки в гостиницу в таком случае не меняется.

3.3. Выставленные номера в Системе бронирования "МосОТЕЛЬ" являются гарантированными для размещения Клиентов.

### 4. ГАРАНТИИ БРОНИРОВАНИЯ

4.1. Негарантированное бронирование, зарегистрированное через Систему бронирования «МосОТЕЛЬ» сохраняется до \_\_\_\_\_ часов даты заявленного заезда Клиента. Если Клиент не прибывает до указанного времени и не предупреждает Гостиницу о позднем приезде, Гостиница не применяет штрафных санкций к Компании и к Клиенту. В таком случае Гостиница вправе отказать Клиенту в размещении или предложить номера из имеющихся в наличии.

4.2. Гарантированное бронирование сохраняется за Клиентом до \_\_\_\_\_ часов дня, следующего за днем заезда по подтвержденной заявке.

Бронирование считается гарантированным если:

✓ При бронировании Клиент предоставляет данные действительной банковской карты. Гостиница имеет право заблокировать на карте сумму, достаточную для покрытия штрафа в случае не заезда Клиента, но не менее суточного проживания. Гостиница не имеет право использовать данную банковскую карту для оплаты проживания без согласия Клиента. Если Гостиница не может заблокировать необходимую сумму, она сообщает об этом в Компанию и та вправе аннулировать данную заявку.

✓ Клиент самостоятельно оплачивает проживание по безналичному расчету или банковскими картами до заезда в Гостиницу путем перевода денежных средств на расчетный счет Гостиницы не позднее 2-х суток до заезда.

✓ В случае не оплаты Компанией, забронированных Компанией для Клиента услуг, услуги клиенту \_\_\_\_\_.

✓ Компания оплачивает первые сутки, а Гость при заезде оплачивает полную стоимость согласно оформленному бронированию.

4.3. При гарантированном бронировании, где гарантией является \_\_\_\_\_ за проживание, внесённая на расчётный счет Гостиницы путём перечисления безналичных денежных средств от Компании, все штрафы, вытекающие из данного гарантированного бронирования, возмещает Компания в размере стоимости первых суток проживания в случае не заезда Клиента.

### 5. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА КОМПАНИИ

5.1. Предоставить Гостинице услуги по размещению информации, предоставляемой Гостиницей, в базе данных системы «МосОТЕЛЬ» в сети Интернет после подписания Гостиницей настоящего договора и заполнения соответствующих форм в интерфейсе гостиницы.

5.2. Обеспечить по запросу Клиентов прямое бронирование номеров Гостиницы без дополнительных согласований с Гостиницей в режиме реального времени в сети Интернет, без ограничения по времени суток (круглосуточно), с немедленным подтверждением и извещением гостей и Гостиницы о бронировании по электронной почте или другим средствам связи.

5.3. Все изменения, вносимые Гостиницей через прямой доступ в базу данных, являются изменениями в режиме реального времени.

## 6. ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ГОСТИНИЦЫ

6.1. Гостиница обязуется вносить следующую информацию: в системе «МосОтель»: открытые/закрытые дни, цены на проживание, дополнительные возможности и услуги Гостиницы, а также ежедневно проверять ее актуальность.

6.2. Гостиница обязуется подтверждать все бронирования, сделанные через «МосОтель», без каких-либо дополнительных согласований по тем ценам, которые были установлены самой гостиницей.

6.3. Если у Гостиницы нет возможности разместить Клиентов в соответствии с бронью, она обязана предоставить гостю при заезде номер другой категории (но по цене не выше подтвержденной стоимости в системе «МосОтель»). В этом случае все дополнительные расходы, связанные с таким размещением, несет Гостиница.

6.4. При гарантированном бронировании Гостиница обязана держать номер для гостя до 12:00 дня, следующего после даты предполагаемого заезда.

## 7. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

7.1. При негарантированном бронировании и бронировании, гарантированном кредитной картой клиента или оплатой Клиентом по безналичному расчету:

Расчет с Гостиницей за проживание осуществляет Клиент в момент поселения в Гостиницу по подтвержденному тарифу. Тарифы устанавливаются в рублях. Вознаграждение Компании составляет \_\_\_ % от стоимости фактического проживания клиента. Сумма комиссионного вознаграждения определяется на основании отчет агента, счета и акта об оказанных услугах, ежемесячно предоставляемых Компанией за прошедший месяц в течение 10 рабочих дней в начале текущего месяца. Сумма комиссионного вознаграждения перечисляется Компании в течение 10 рабочих дней с даты получения счёта и акта об оказанных услугах.

7.2. При Гарантированном бронировании, где гарантией является предоплата за проживание от Компании:

Проживание Клиента в гостинице оплачивается Компанией путем перевода денежных средств на расчетный счет Гостиницы за вычетом Вознаграждения в размере \_\_\_%.

7.3. Дополнительные услуги, заказанные Клиентом и не включенные в заявку Компании, оплачиваются непосредственно Клиентом и являются не комиссионными. В случае не заезда Клиента в Гостиницу по брони, которая была оплачена банковским переводом, Гостиница удерживает на своём расчётном счете, сумму, равную стоимости первых суток проживания. Оставшаяся сумма по данной брони возвращается по исьму Компании или используется для оплаты последующих заявок.

## 8. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

8.1. В случае нарушения условий настоящего Договора стороны несут ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

8.2. Компания не несет ответственности за невозможность доступа Гостиницы к Системе бронирования "МосОтель", вызванной технической неисправностью не по вине Компании.

В случае невозможности Гостиницы осуществить доступ к Системе бронирования по техническим причинам, Компания обязуется принимать информацию по телефону или электронной почте до момента устранения неисправностей по рабочим дням с 09:00 до 18:00 на протяжении не более 30 календарных дней.

При этом Компания несет ответственность за внесение данной информации в Систему.

8.3. Компания не несет ответственность за:

✓ Любые платежи между Клиентов и Гостиницей (в том числе и при оплате гостем штрафных санкций), а так же за оплату/неоплату дополнительных услуг, предоставляемых гостям Гостиницей.

- ✓ Любые претензии, ущерб или обязательства, возникшие в результате использования Системы бронирования "МосОтель", не попадающие под условия настоящего Договора.
- ✓ Любые неточности или искажения в информации, размещаемой Гостиницей.
- ✓ Все претензии Клиентов к Гостинице регулируются Гостиницей без вмешательства Компании.

Компания не несет ответственности за ущерб, причиненный Клиентом Гостинице, а также не возмещает возникшие в результате причинения ущерба убытки.

## 9. ФОРС-МАЖОР

9.1. Ни одна из Сторон не несет ответственности за ущерб, причиненный в результате полного или частичного неисполнения обязательств по данному Договору, если такой ущерб получен при форс- мажорных обстоятельствах: вследствие явлений природы, пожара, наводнения, промышленных забастовок, народных волнений, государственных актов и постановлений и других аналогичных явлений, которые не могли быть предвидены, контролируются и устранены Сторонами.

9.2. Сторона, испытывающая эти обстоятельства, должна незамедлительно информировать другую Сторону касательно данных обстоятельств и их последствий. Такая Сторона освобождается от ответственности за убытки, причиненные другой Стороне в результате форс-мажорных обстоятельств.

## 10. ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ

Все споры и разногласия, которые могут возникнуть в связи с настоящим Договором, будут решаться путем переговоров. При не достижении согласия споры передаются на рассмотрение в Арбитражный суд по месту нахождения Истца.

## 11. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

10.1. Настоящий договор вступает в силу с момента подписания и действует до 31 декабря 20\_\_ г.

10.2. Настоящий договор может быть досрочно расторгнут обеими сторонами в одностороннем порядке без указания особой причины в 30-дневный срок в письменном виде по заявлению о расторжении.

10.3. Если стороны не заявляют о расторжении договора, то договор считается автоматически пролонгированным на следующий календарный год.

10.4. В случае прекращения действия договора Гостиница сохраняет обязательства по обслуживанию гостей по подтвержденным бронированиям.

10.5. В случае прекращения действия договора Гостиница сохраняет за собой обязательства по всем неоплаченным долгам перед Компанией.

10.6. Все действия сторон, выходящие за рамки настоящего договора и устанавливающие новые права и обязанности сторон, оформляются дополнительными соглашениями, приложениями, являющимися неотъемлемой частью настоящего договора.

10.7. Любые дополнительные соглашения, приложения, направленные на установление, изменение или прекращение обязательств по настоящему договору, действительны в том случае, если они совершены в письменной форме и подписаны полномочными представителями сторон.

## 12. РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

<b>ООО "Столица- сервис +"</b>	<b>ООО "Столица- сервис +"</b>
<p><b>Юридический адрес:</b> 129226, г. Москва, ул. Сельскохозяйственная д.17, к.5  <b>Фактический адрес:</b> 129226, г. Москва, ул. Сельскохозяйственная д.17, к.5  <b>ИНН /КПП:</b> 7717630714/771701001  <b>Р/с :</b>40702810501060000516                      в ОАО «Банк Москвы» г. Москва  <b>К/с:</b>30101810500000000219  <b>БИК:</b> 044525219  <b>ОГРН:</b>50877463661164</p> <hr/> <p><b>Телефон:</b> +7(495) 509-77-23;                      +7(495) 981 -13-01  <b>Факс:</b>+7(499)166-46-06  <b>e-mail:</b> mosotel@mail.ru  <b>Контактное лицо:</b> Кауштуова Г.О.  <b>Генеральный директор</b>  <b>ООО "Столица – сервис + "</b>                      _____ / Кауштуова Г.О./                      М.П.</p>	<p><b>Юридический адрес:</b></p> <p><b>Фактический адрес:</b></p> <p><b>ИНН /КПП:</b></p> <p><b>Р/с :</b></p> <p><b>в г. Москва</b></p> <p><b>К/с:</b></p> <p><b>БИК:</b></p> <p><b>ОГРН:</b></p> <hr/> <p><b>Телефон:</b></p> <p><b>Факс:</b></p> <p><b>e-mail:</b></p> <p><b>Контактное лицо:</b></p> <p><b>Генеральный директор</b></p> <p>_____ / _____ / _____ /</p> <p><b>М.П.</b></p>

### Договор

оказания гостиничных услуг

г. \_\_\_\_\_ "\_\_\_" \_\_\_\_\_ г.  
 (место заключения договора) (дата заключения договора)

\_\_\_\_\_, в лице \_\_\_\_\_, (полное наименование юридического лица) (Ф.И.О., должность) действующего на основании \_\_\_\_\_, именуемое в дальнейшем (Устава, Положения, Доверенности) "Исполнитель", с одной стороны и \_\_\_\_\_, (Ф.И.О. Заказчика) именуемый в дальнейшем "Заказчик", с другой стороны, а вместе именуемые "Стороны", заключили настоящий договор о нижеследующем:

#### 1. Предмет договора

1.1. По настоящему договору Исполнитель обязуется по заявке Заказчика о бронировании при наличии свободных мест оказать ему услуги по временному размещению в номерах гостиницы " \_\_\_\_\_ " в период пребывания Гостя в \_\_\_\_\_, а (наименование гостиницы) (населенный пункт) Заказчик обязуется оплатить эти услуги.

1.2. Срок пребывания Заказчика в гостинице - \_\_\_\_\_ суток с "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

1.3. Предельный срок пребывания в гостинице - \_\_\_\_\_.

#### 2. Обязательства Сторон

2.1. Исполнитель обязан:

2.1.1. Своевременно предоставить Заказчику необходимую и достоверную информацию об услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора. Информация размещается в помещении, предназначенном для оформления проживания, в удобном для обозрения месте.

2.1.2. Обеспечить Заказчику предоставление льгот, если такие льготы предусмотрены законами и иными нормативными правовыми актами.

- 2.1.3. Довести до сведения Заказчика перечень услуг, которые входят в цену номера (места в номере).
- 2.1.4. Исполнитель должен устранить недостатки оказанной услуги в течение часа с момента предъявления Заказчиком соответствующего требования.
- 2.2. Исполнитель не вправе без согласия Заказчика выполнять дополнительные услуги за плату. Заказчик вправе отказаться от оплаты таких услуг, а если они оплачены - потребовать от Исполнителя возврата уплаченной суммы.
- 2.3. Заказчик обязан:
- 2.3.1. Соблюдать установленный Исполнителем порядок проживания и правила противопожарной безопасности.
- 2.3.2. Принять и оплатить оказанные ему Исполнителем услуги в полном объеме.
- 2.4. Заказчик вправе:
- 2.4.1. Расторгнуть настоящий договор в любое время, уплатив Исполнителю часть цены пропорционально части оказанной услуги до получения извещения о расторжении договора и возместив Исполнителю расходы, произведенные им до этого момента в целях исполнения договора, если они не входят в указанную часть цены услуги.
- 2.4.2. При обнаружении недостатков оказанной услуги по своему выбору потребовать:
- безвозмездного устранения недостатков;
  - соответствующего уменьшения цены за оказанную услугу.
- 2.4.3. Расторгнуть настоящий договор и потребовать полного возмещения убытков, если Исполнитель в установленный срок не устранил эти недостатки.
- 2.4.4. Расторгнуть договор, если он обнаружил существенные недостатки в оказанной услуге или иные существенные отступления от условий договора.
- 2.4.5. Потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатком оказанной услуги.

### 3. Стоимость услуг и порядок расчетов

- 3.1. Стоимость услуг рассчитывается согласно действующему на момент принятия Заявки "Прейскуранту цен на проживание", а также "Прейскуранту цен на дополнительные услуги".
- 3.2. В случае бронирования номера Заказчиком вносится аванс в размере 25% от общей стоимости услуг в течение 24 часов с момента выставления счета Исполнителем. Оставшаяся часть суммы вносится не позднее \_\_\_\_\_ суток до предполагаемой даты заезда.
- 3.3. В случае аннулирования Заказчиком брони сумма за бронь в размере 25% от общей стоимости услуг не возвращается.
- 3.4. Плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с единым расчетным часом - с 12 часов текущих суток по местному времени. При размещении до расчетного часа (с 0 до 12 часов) плата за проживание не взимается. В случае задержки выезда потребителя плата за проживание взимается в следующем порядке:
- не более 6 часов после расчетного часа - почасовая оплата;
  - от 6 до 12 часов после расчетного часа - плата за половину суток;
  - от 12 до 24 часов после расчетного часа - плата за полные сутки (или почасовая оплата). При проживании не более суток (24 часов) плата взимается за сутки независимо от расчетного часа.

#### 4. Порядок предоставления услуг

- 4.1. Качество предоставляемых услуг должно соответствовать условиям настоящего договора и требованиям, обычно предъявляемым к этим услугам.
- 4.2. Исполнитель обязан предоставить Заказчику без дополнительной оплаты следующие виды услуг:
- вызов скорой помощи;
  - пользование медицинской аптечкой;
  - доставка в номер корреспонденции по ее получении;
  - побудка к определенному времени;
  - предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.
- 4.3. Порядок проживания в гостинице устанавливается Исполнителем.
- 4.4. Исполнитель отвечает за сохранность вещей Заказчика. В случае обнаружения забытых вещей Исполнитель обязан немедленно уведомить об этом владельца вещей.
- 4.5. Требования Заказчика об уменьшении цены оказанной услуги, а также о возмещении убытков, причиненных расторжением договора, подлежат удовлетворению в течение 10 дней со дня предъявления соответствующего требования.

#### 5. Ответственность Сторон

- 5.1. За нарушение сроков удовлетворения отдельных требований Заказчика Исполнитель уплачивает Заказчику за каждый час (день, если срок определен в днях) просрочки неустойку (пени) в размере 3% суточной цены номера (места в номере) или цены отдельной услуги, если ее можно определить.
- 5.2. За нарушение сроков начала оказания услуг по договору на бронирование мест в гостинице Исполнитель уплачивает Заказчику за каждый день просрочки неустойку (пени) в размере 3% суточной цены забронированных мест.
- 5.3. Исполнитель в соответствии с законодательством Российской Федерации несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу Заказчика вследствие недостатков при оказании услуг, а также компенсирует моральный вред, причиненный Заказчику нарушением прав потребителя.

#### УВЕДОМЛЕНИЯ О БРОНИРОВАНИИ

к ДОГОВОРУ № \_\_\_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.

#### Подтверждение бронирования

##### Информация о брони:

Номер брони: \_\_\_\_\_

Код доступа: \_\_\_\_\_

Дата бронирования: дд/мм/гггг

Время: чч – мм

Вид брони: **Негарантированная / Гарантированная картой/ Гарантированная предоплатой**

Гостиница: \_\_\_\_\_ г.Москва

Метро: \_\_\_\_\_

Тел.: (495) \_\_\_\_\_

По Договору: № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Забронировано через: Интернет

##### Параметры брони

Заезд: дд.мм.гггг	Время: чч:мм	Выезд: дд.мм.гггг

##### Прибывающие гости

Категория номера	ФИО Гостя	Гражданство


### Стоимость размещения

Дата	Категория номера	Цена за сутки	Количество суток
дд/мм/гггг-			
дд/мм/гггг-			
Итого:			

### Заказчик

ФИО: _____
Тел. _____
e-mail: _____
Бронировал как: Частное /Физическое лицо
Комментарий к брони: _____

## 2. Задания к практической подготовке

**Задание 1.** Заполнить типовой договор на бронирования номеров в системе «МосОтель», внести недостающую информацию о Гостинице (заполняется самостоятельно) и ее реквизиты.

**Задание 2.** Заполнить типовой договор на оказание гостиничных услуг, самостоятельно внести информацию о «Исполнителе» и «Заказчике», а также недостающую в договоре информацию.

**Задание 3.** Оформить уведомление о бронировании (подтверждение бронирования) к договору, самостоятельно заполнив недостающую информацию.

**Задание 4.** На примере определенного предприятия размещения Вашего города составить технологическую схему процесса бронирования номеров по предварительной заявке для туристской группы. Оформить необходимые документы

## ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ

### Индивидуальное, групповое, коллективное бронирование от компаний с использованием профессиональных программ

#### 1. Алгоритм выполнения работы

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

1. Оформить и обработать электронные бланки на бронирование.
2. Создать базы данных.
3. Аннулировать электронные формы по бронированию.
4. Выполнить бронирование, произвести предварительное расселение
5. Заполнить Карточку резервирования и Информацию о госте (все поля обязательны для заполнения)

6. Подтвердить бронирование, подготовив Подтверждение о бронировании

**ЗАЯВКА НА БРОНИРОВАНИЕ № \_\_\_\_\_**  
 В соответствии с договором № \_\_\_\_\_ от « » \_\_\_\_\_ 201 г.

<input type="checkbox"/> ИЗМЕНЕНИЕ		<input type="checkbox"/> АННУЛЯЦИЯ	
Название тура/ Страна отдыха			
Дата заезда			
Дата отъезда			
Спецпредложение (№ spro)			
Стоимость (у. е.)			
Маршрут тура/ Отель, курорт			
Тип номера	<input type="checkbox"/> Standart	<input type="checkbox"/> другое _____	
Питание	<input type="checkbox"/> BB	<input type="checkbox"/> HB	<input type="checkbox"/> FB
	<input type="checkbox"/> AI	<input type="checkbox"/> другое _____	
Размещение	<input type="checkbox"/> SNG	<input type="checkbox"/> DBL	<input type="checkbox"/> DBL+EX.BED
	<input type="checkbox"/> другое _____		
Трансфер	<input type="checkbox"/> Группа	<input type="checkbox"/> Индивидуально	<input type="checkbox"/> VIP
			<input type="checkbox"/> не нужен
Категория мест в самолете (при авиатуре)	<input type="checkbox"/> Экономический класс		<input type="checkbox"/> Бизнес класс

**ПАСПОРТНЫЕ ДАННЫЕ ТУРИСТОВ**  
 ( латинскими буквами, как в загранпаспорте)

№	Фамилия	Имя	Дата рождения	№ паспорта
1.				
2.				
3.				

**Дополнительные пожелания (выполнение гарантируется):**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ **ТУРИСТ**

**ПРИНЯЛ:** \_\_\_\_\_ **дата:** \_\_\_\_\_ **Время:** \_\_\_\_\_  
**М.П.**

**ЗАЯВКА НА БРОНИРОВАНИЕ**

Название агентства		Телефон/факс (с кодом города)	
Менеджер		Адрес	

Название тура: \_\_\_\_\_ (или название отеля)\_

Дата начала тура:		Дата окончания тура:		Количество ночей	
-------------------	--	----------------------	--	------------------	--

Название гостиницы	
Категория номера	
Тип номера	
Количество номеров	
Дополнительные места	
Питание	
Лечение	
Дополнительные услуги	
Примечания	

### Информация о туристах

№ п/п	ФИО	Дата рождения	Паспортные данные	Примечания
1.				
2.				
3.				
и т.д.				

Сумма к оплате \_\_\_\_\_ (прописью) \_\_\_\_\_

Оплату гарантируем. Счет просим выслать на факс:

Директор \_\_\_\_\_ Ф. И. О.

М.п.

## 2. Задания к практической подготовке

**Задание 1.** В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Прометей»: «Просим забронировать для сотрудников нашей фирмы Корнеева Алексея Борисовича и Петухова Сергея Александровича два одноместных номера категории «стандарт» с текущая дата +5, суток проживания 8, заезд в 14.00». Дополнительные условия: наличие душа, номера на одном этаже.

**Задание 2.** Выполнить бронирование для театрального коллектива «Россия» (5 человек) из г. Тольятти с текущая дата +3, суток проживания 4. Выделить двух гостей (Сухову Елену, Кирюшенко Ольгу) из коллектива и заселить их на 3 дня.

Паспортные данные Суховой Е. – 45 02 762301; год рождения – 21.05.87.

Паспортные данные Кирюшенко О. – 56 23 014587; год рождения – 05.11.80.

**Задание 3.** В службу бронирования поступила заявка на бронирование группы преподавателей из г. Набережные Челны (6 человек) с текущая дата +7, суток проживания 6. Зарезервировать для данной группы 3 стандартных двухместных номера. Оплата по безналичному расчету.

**Задание 4.** В службу бронирования по телефону поступила заявка от Жигловой Светланы Петровны о бронировании двухместного номера «люкс» с текущая дата +5, суток проживания 10, заезд в 9:00.

**Задание 5.** В службу бронирования по телефону поступила заявка от Пряхиной Марины Алексеевны о бронировании двухместного номера «люкс» с текущая дата +3, суток проживания 11, заезд в 9:00. Дополнительные условия: номер с душем и мини-баром, этаж 4.

**Задание 6.** Выполнить бронирование для студенческого коллектива «Тринта» (5 человек) из г. Видное с текущая дата +4, суток проживания 5. Выделить двух гостей (Кузнецову Ирину, Жарова Льва) из коллектива и заселить их на 3 дня.

Паспортные данные Кузнецовой И. – 45 02 762301; Год рождения – 21.05.87.

Паспортные данные Жарова Л. – 56 23 014587; Год рождения – 05.11.83

### **Задание 7.**

В службу бронирования поступила по факсу заявка от ООО «Мегаполис»: «Просим забронировать для группы сотрудников нашей фирмы два одноместных и три двухместных номера с текущая дата +2, суток проживания 6, заезд в 14.00».

### **Задание 8.**

В службу бронирования поступила заявка на бронирование из турагентства «Европа - тур» для группы преподавателей из г. Севороморска (5 человек). Зарезервировать стандартные одноместные номера. Оплата по безналичному расчету.

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ**

### **Внесение изменений в бланки при неявке и аннуляции бронирования с использованием профессиональных программ**

#### **1. Алгоритм выполнения работы**

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

1. Оформлять и обрабатывать электронные бланки на бронирование
  2. Создавать базы данных
  3. Аннулировать электронные формы по бронированию.
  4. Выполнить бронирование номеров, произвести предварительное расселение. Заполнить Информацию о госте (**обязательны поля Ф.И.О., Страна, Источник и Сегмент**)
  5. Оформить бланки подтверждения бронирования, аннуляции бронирования
  6. Получить отчеты: заезды на дату (текущая дата +3), отчет по не прибывшим
  7. Получить статистику: по группам, по странам, по сегментам с текущей даты +3 по текущую дату +10
5. Получить список иностранных граждан и информацию по гражданам РФ
6. Распечатать: бланки подтверждений и аннуляций, и все виды документации

**Заявки предприятий (организаций)** регистрируются в специальном журнале «П» по форме:

Регистрационный номер	Наименование предприятия	Дата представления заявки	Дата заезда, выезда	Гостиница	Количество мест	Подпись лица, принявшего заявку
1	2	3	4	5	6	7

Информация, содержащаяся в письме-подтверждении, зависит от вида бронирования. При гарантированном бронировании указывается период ожидания гостя, после которого вступают в силу штрафные санкции, применяемые в случае поздней аннуляции заказа на размещение или неприбытие в отель. При негарантированном бронировании указывается время, до которого гость может рассчитывать на получение забронированного им номера.

**Заявки на бронирование мест по телеграммам, телефонным звонкам, письмам, поступающие от индивидуальных лиц**, регистрируются в журнале «И» по форме:

Регистрационный номер	Наименование предприятия	Дата представления заявки	Дата заезда, выезда	Гостиница	Количество мест	Подпись лица, принявшего заявку
1	2	3	4	5	6	7

Отмена бронирования должна быть зафиксирована в бланке аннуляции и регистрационном журнале:

Дата отмены	Источник отмены	Дата предполагаемого прибытия	Гость	Номер отмены бронирования
1	2	3	4	5

### Подтверждение бронирования

Дата: \_\_\_\_\_

Кому: \_\_\_\_\_

Спасибо, что Вы решили остановиться или разместить гостей в нашей гостинице.

Подтверждаем бронирование в гостинице «... ..»номера (-ов) для:

\_\_\_\_\_

с \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Подтвердил бронирование \_\_\_\_\_

(должность)

(подпись)

Дата: \_\_\_\_\_

Кому: \_\_\_\_\_

Уважаемые господа!

Согласно Вашей заявке, гостиница «.....»  
забронировала \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Для \_\_\_\_\_

На период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Благодарим за сотрудничество.

Всего наилучшего,

Сотрудник отдела бронирования \_\_\_\_\_

Дата: \_\_\_\_\_

Кому: \_\_\_\_\_

Уважаемые господа!

Служба размещения гостиницы «.....» подтверждает бронирование и предоставит  
Вам номер с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

согласно вашей заявке.

Спасибо, что Вы выбрали нашу гостиницу

С уважением, Отдел бронирования «.....»

Дата: \_\_\_\_\_

Кому: \_\_\_\_\_

Благодарим за выбор нашей гостиницы.

Подтверждаем бронирование одноместного номера для

Господина \_\_\_\_\_ На период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_.

Стоимость номера ... у.е. в сутки, включая завтрак, НДС. Оплата кредитной картой или  
в рублях по курсу, установленному в гостиничном комплексе.

Номер брони:

Напоминаем Вам, что в соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг в  
случае поздней аннуляции брони (менее чем за сутки до даты заезда) и при опоздании  
гостя более чем на сутки от даты заезда, указанной в заявке, бронь аннулируется и  
гостю или организации, приславшей заявку на его размещение, выставляется счет для  
оплаты фактического простоя номера в размере его суточной стоимости, но не более,  
чем за сутки.

К. Иванов, начальник службы приема и размещения.

### Текст отказа в бронировании

Дата: \_\_\_\_\_

Кому: \_\_\_\_\_

Уважаемые господа!

Руководство гостиницы «.....» приносит Вам свои извинения. В связи с полной  
занятостью номерного фонда гостиницы мы не сможем разместить Вас в период с  
\_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ как было указано в Вашей заявке.

*Мы зарегистрировали Вашу заявку и, как только у нас появятся свободные номера, мы сразу сообщим Вам об этом.*

*Надеемся на дальнейшее сотрудничество.*

*С уважением, Генеральный директор гостиницы «.....» Петров А.Г.*

*Если запрос на отмену заявки пришел по факсу или e-mail, то сотрудник бронирования высылает письмо- подтверждение отмены (cancellation confirmation)*

*Уважаемый мистер.....*

*В ответ на Ваш факс от .....201..., нам жаль отменять заявку на бронирование:*

*Имя гостя: мистер.....*

*Дата заезда:*

*Дата выезда*

*Категория номера: один одноместный номер*

*№ подтверждения:*

*Мы будем рады принять мистера ..... в отеле «.....» по любому другому случаю.*

## **2. Задания к практической подготовке**

**Задание 1.** В службу бронирования вашего отеля поступила заявка от ООО «Новомосковский хлебокомбинат» следующего содержания: «Просим забронировать для сотрудников нашего предприятия Барт Алексея Николаевича, Булдышкина Алексея Игоревича, Будукиной Ирины Николаевны, Коротковой Екатерины Викторовны номера категории «стандарт» с текущая дата +3, суток проживания 5, заезд в 14.00. Желательно завтрак и номера на одном этаже. Руководитель Иванов И.И.». Групповое бронирование, источник – рекомендации.

**Задание 2.** В службу бронирования вашего отеля поступила заявка на бронирование трехместного номера категории «стандарт» для семьи из 4 человек. Номер бронирует супруг Козлов Сергей Михайлович, супруга Козлова Тамара Михайловна, дети Козлов Дмитрий Сергеевич – 10 лет и Козлова Мария Сергеевна – 3 года. Дата заезда – текущая дата +3, суток проживания – 5, полный пансион. Индивидуальное бронирование, источник – реклама.

**Задание 3.** В службу бронирования вашего отеля поступила заявка на бронирование двухместного номера категории «люкс» от Ненова Дмитрия Михайловича, дата заезда текущая дата +3, суток проживания 4. Индивидуальное бронирование, источник – рекомендации.

### **Задание 4.**

Турфирма «Зеленый крокодил» бронирует номера в вашем отеле для группы бизнес - туристов из Аргентины в количестве 8 человек: Angelika Vasilieva, Evgeniy Garvardt, Oksana Enutina, Marina Lapina, Dmitriy Naikin, Igor Givalov, Shura Hrapov, Kirill Charaev. Номера двухместные категории «люкс», дата заезда – текущая дата +3, суток проживания – 4.

**Задание 5.** В службу бронирования вашего отеля поступила заявка на бронирование двухместного номера категории «люкс»: Mariy Rudavina, США, дата заезда текущая - дата +3, суток проживания 2. Свободное поселение, источник – реклама.

**Задание 6.** Фирма ООО «Огни Москвы» бронирует номера для своих сотрудников (проведение семинара) – трехместный номер стандарт (Кокорин Артем Сергеевич, Жигалов Игорь Васильевич, Мозжеров Артем Валерьевич), двухместный «люкс» (Русова Екатерина Александровна, Шихирина Евгения Андреевна) и два одноместных стандарта (Ярмамедова Мадина Ярмамедовна, Сидорова Ольга Владимировна). Дата заезда – текущая+3, суток проживания 4.

**Задание 7.** За два дня до заезда Ненов Дмитрий Михайлович отменил бронирование двухместного люкса.

**Задание 8.** Сотрудница фирмы ООО «Огни Москвы» Ярмамедова Мадина Ярмамедовна в день заезда не прибыла.

**Задание 9.** В отдел бронирования вашего отеля поступила заявка от Бакушина Антона Валентиновича с просьбой бронирования двух одноместных номеров категории «люкс»: 1 номер для себя, 2 для Ружниковой дарьи Дмитриевны с ребенком. Дата заезда – текущая дата +3, суток проживания 6. Индивидуальное резервирование, источник – рекомендации.

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ**

### **Порядок поселения в гостинице**

#### **1. Алгоритм выполнения работы**

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

- проводить регистрацию корпоративных гостей и туристических групп;
- оформлять документацию при размещении;
- информировать гостей о предоставляемых услугах в гостинице;
- составить заявку на поселение туристической группы, с указанием номеров;
- составить перечень приложений документов, которые должны быть при поселении туристической группы.

#### **Размещение группы**

Заявка № \_\_\_\_\_

Принимающая организация \_\_\_\_\_

Наименование группы/ФИО сопровождающего \_\_\_\_\_

Оплата \_\_\_\_\_

(наличный/безналичный расчет, счет №)

Комната №	ФИО	Заезд		Выезд		Кол-во ночевок	К оплате
		Дата	Время	Дата	Время		

## **2. Задания к практической подготовке**

**Задание 1.** Вы – сотрудник службы приема и размещения. Вам необходимо зарегистрировать и поселить группу туристов. Опишите последовательность ваших действий при подготовке к процедуре регистрации, перечислите документы, которые необходимы для регистрации группы, которые вы будете заполнять при регистрации.

**Задание 2.** Вы – сотрудник службы приема и размещения. Вам необходимо зарегистрировать и поселить группу школьников, возрастом – 10-12 лет. Опишите последовательность ваших действий при подготовке к процедуре регистрации, перечислите документы, которые необходимы для регистрации группы, которые вы будете заполнять при регистрации.

**Задание 3.** В службу бронирования гостиницы «Порте Море» поступила заявка на резервирование мест для участников семинара. Категория гостей, различна по возрасту. Опишите последовательность ваших действий при подготовке к процедуре регистрации, перечислите документы, которые необходимы для регистрации группы, которые вы будете заполнять при регистрации.

**Задание 4.** Прибыла туристическая группа в составе 15 человек. Некоторые из прибывших туристов просят их поселить вместе, в двухместные номера, в то время согласно ранее предварительной заявке от турфирмы они должны проживать в одноместных номерах. И те и другие номера есть в наличии. Действия администратора.

**Задание 5.** В службу приема и размещения 4-звездочного отеля обратился гость-руководитель детской группы. Заехавшую детскую группу (подростки) разместили компактно. Но руководитель возмущен тем, что все номера оказались укомплектованы мини-барами с алкогольными напитками.

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ Особенности обслуживания VIP-гостей, «секретных гостей», DG-гостей**

### **1. Алгоритм выполнения работы**

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

- проводить регистрацию VIP гостей и иностранных граждан;
- оформлять документацию при размещении;
- информировать гостей о предоставляемых услугах в гостинице.
- составить приветствие для VIP гостя;

- разработать индивидуальный набор для VIP гостя.
- определить особенности приема и размещения VIP гостей в гостинице;
- составить программу обслуживания VIP гостя.
- написать вывод по практической работе.

**Пояснения к работе.** С января 2007 г. Федеральным законом «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации» и постановлением Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации» отменена регистрация иностранных граждан и лиц без гражданства по месту пребывания и введен миграционный учёт иностранных граждан по месту пребывания в Российской Федерации.

Иностранный гражданин по прибытии в место пребывания предъявляет Принимающей стороне свой паспорт, визу и миграционную карту, которая заполняется при въезде в Российскую Федерацию. При этом изъятие паспорта, визы и миграционной карты не допускается.

При поселении иностранного гражданина в гостиницу, Принимающей стороной является администрация гостиницы, которая выполняет все необходимые действия, связанные с учетом иностранных граждан и несет ответственность за соблюдением установленных правил пребывания.

Принимающая сторона на основании предъявленных иностранным гражданином документов заполняет специальный бланк уведомления о прибытии иностранного гражданина в место пребывания. Далее принимающая сторона в течение одних суток представляет указанный бланк, копии паспорта иностранного гражданина, визы и миграционной карты в территориальный орган Федеральной миграционной службы непосредственно либо через многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг либо направляет по почте. Государственная пошлина за постановку на учет по месту пребывания не взимается.

## **2. Задания к практической подготовке**

**Задание 1.** Используя данные об иностранном гражданине (VIP-госте), заполните «Журнал регистрации иностранных граждан» и составьте перечень приложений к «Уведомлению».

VIP-гости:

1. Известный певец.
2. Киноактер с дочерью и внуками 3-х и 15 лет.
3. Бизнесмен.
4. Политический деятель.
5. Ученый.
6. Президент компании с семьей.
7. Известный искусствовед.
8. Спортивный комментатор.
9. Спортсмен.

10. Телеведущий с сыном 6 лет.
11. Посол государства.
12. Известный критик
13. Киноактриса с внучкой 12 лет.
14. Певица.

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ

### Организация дополнительных услуг в гостинице

#### 1. Теоретическая часть

#### 2. Задания к практическому занятию

**Задание 1.** Заполнить таблицу. К каким категориям относятся перечисленные дополнительные услуги.

Салон красоты, аренда автомобиля, индивидуальное бронирование, отправка факсов, SPA-и фитнес-центр, сауна, услуга «побудка», трансфер, справка о городе и его достопримечательностей, информация о любых услугах отеля, заказ театральных билетов и экскурсий, такси, химчистка, Wi-Fi, Интернет, хамам, присмотр за детьми (услуги гувернанток, детская игровая), конференц-сервис.

Бытовые услуги	Транспортные услуги	Справочно-Информационные услуги	Технические услуги	Развлекательные, оздоровительные услуги

**Задание 2.** Какие услуги, как правило, включены в стоимость проживания: бронирование, безопасность, прачечная, транспортные, уборка номера, салон красоты, ресторан, фитнес-клуб, услуги питания, трансфер, экскурсионные и т.д.

**Задание 3.** Перечислите, какие услуги обязательно предоставляются за отдельную плату:

1. Прачечная
2. Ресторан
3. SPA-центр
4. Салон красоты
5. Плавательный бассейн
6. Мини-бар
7. Обслуживания в номере
8. Услуги такси
9. Услуги няни
10. Сейф в номер

**Задание 4.** Гость, проживающий в отеле, просит организовать вечер в ночном Ставрополе для себя и своей жены. Предложите возможные варианты проведения отдыха.

Примечание: администратор приветствует гостя; объясняет возможные варианты, которые присутствуют в Ставрополе; рекомендует 1-2 ресторана; показывает на карте, где они находятся; объясняет, каким способом туда можно добраться; спрашивает у гостя о бронировании столика; спрашивает, может ли он чем-то помочь; благодарит и заканчивает разговор.

**Задание 5.** В гостиницу приезжает постоянный гость. Вам необходимо составить программу лояльности для него, соблюдая все предпочтения и указания (питание исключительно в номере, номер украсить шарами, предложить винную карту и бесплатное использование услуг(на выбор))

**Задание 6.** Составьте ВИП-тур для группы туристов из Москвы, которые впервые приехали в г. Ставрополе. Обязательно учесть все детали тура (питание, проживание, остановки и т.д.)

**Задание 7.** У постоянного гостя, который приедет через 2 дня, день рождения. Подготовьте программу лояльности для встречи и возможно торжественного мероприятия в честь дня рождения.

## **ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ**

### **Организация работ по обслуживанию на этажах гостиницы**

#### **1. Алгоритм выполнения работы**

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен контролировать соблюдение персоналом требований к стандартам и качеству обслуживания гостей.

##### **Алгоритм выполнения задания.**

1. Внимательно выслушать гостя, записать заказ гостя в блокнот и повторить заказ во избежание ошибок.

2. Не забыть уточнить: номер комнаты, на сколько человек принимается заказ, /необходимость знания точного количества гостей объясняется правилами сервировки стола/. Так как количество заказываемых блюд не всегда отражает количество гостей, по возможности, нужно вежливо спросить на какую фамилию оформлять заказ.

3. Следует сообщить гостю примерное время, необходимое для доставки заказа, либо согласовать его с гостем. Если Вы знаете, что потребуется некоторое время для приготовления заказа кухней, обязательно следует предупредить об этом гостя.

4. Необходимо вежливо поблагодарить за обращение в службу: «СПАСИБО ЗА ЗАКАЗ» и постараться позволить гостю положить трубку первым.

5. Передать заказ на производство.

6. В случае если заказ, по каким-либо причинам задерживается, необходимо перезвонить гостю, принести извинения и сообщить время заказа: «ПРОШУ ПРОЩЕНИЯ, ВАС БЕСПОКОИТ РЕСТОРАН «.....»».

ПРИНОШУ НАШИ ИЗВИНЕНИЯ, ВАШ ЗАКАЗ ЗАДЕРЖИВАЕТСЯ НА ..... МИН. ВЫ РАСПОЛОГАЕТЕ ВРЕМЕНЕМ ПОДОЖДАТЬ? СПАСИБО».

7. Заполнить бланк-заказ.

### Форма приема заказа в службе room service

Отель.....

Дата..... Смена..... Кассир.....

№ комнаты	Кол-во гостей	Время заказа	Содержание заказа	Время доставки	Официант	Поднос-тележка	Грязная посуда

## 2. Задания к практической подготовке

**Задание 1:** Принять заказ из номера отеля и выполнить заказ. Заказ на обслуживание в номере может поступить в ресторан от гостя устно либо по телефону. При ответе на телефонный звонок не забудьте правильно представиться, как указано в технологии «Телефонный этикет».

## ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ПО ТЕМЕ

### Порядок расчета за услуги гостиниц

#### 1. Алгоритм выполнения работы

В результате выполнения работы студент (обучающийся) должен:

- составлять и обрабатывать необходимую документацию (по загрузке номеров, ожидаемому заезду, выезду, состоянию номеров, начислению на счета гостей за дополнительные услуги);
- оформлять и подготавливать счета гостей и производить расчеты с ними;

### СЧЕТ (Форма N 3-Г)

Гостиница \_\_\_\_\_

Город \_\_\_\_\_

СЧЕТ N 0000000000000000 от "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Гр. \_\_\_\_\_

Индекс поселения \_\_\_\_\_

(Фамилия, И.О., страна)

N комнаты \_\_\_\_\_ Заезд \_\_\_\_\_

(дата, часы)

N корпуса \_\_\_\_\_

N п/п	Виды платежей	Ед. изм.	К-во единиц	Цена		Сумма	
				руб.	коп.	руб.	коп.
1.	Бронь	%					
2.	Опоздание с _____	к/с					

	(дата, часы) по _____ (дата, часы)						
3.	Проживание с _____ (дата, часы) по _____ (дата, часы)	к/с					
4.	Дополнительное место	к/с					
5.	Телевизор	сут.					
6.	Холодильник	сут.					

Итого получено по счету: \_\_\_\_\_  
(сумма прописью)

Дежурный администратор \_\_\_\_\_  
(оператор механизированного расчета) \_\_\_\_\_ подпись

## 2. Задания к практической подготовке

Заполните счет за проживание по заданным условиям.

**Задание 1.** Стоимость номера за сутки –1500 руб.

Бронь 50 %

Проживание с 7.01. в 9.00 по 9.01. в 11. 00

Дополнительное место – 1000 руб.

Автостоянка – 100 руб. сутки.

**Задание 2.** Стоимость номера за сутки –2500 руб.

Проживание с 15.06. в 14.00 по 16.06. в 19.00

Дополнительное место – 1000 руб.

Автостоянка – 100 руб. сутки.

Бассейн – 700 руб.

Мини-бар – 500 руб.

**Задание 3.** Стоимость номера за сутки –3500 руб.

Бронь 50 %

Проживание с 13.03. в 17.00 по 18.03. в 23.00

Дополнительное место – 1000 руб.

Телевизор – 50 руб. сутки

Чайник – 10 руб. сутки.

**Задание 4.** Стоимость номера за сутки –4500 руб.

Проживание с 7.03. в 13.00 по 10.03. в 11. 00

Мини-бар – 1000 руб.

СПА услуги – 3000 руб.

Бассейн – 1000 руб.

**Задание 5.** Стоимость номера за сутки –1700 руб.

Бронь – 50 %

Проживание с 7.01. в 11.00 по 9.01. в 14. 00  
Дополнительное место – 500 руб.  
Автостоянка – 200 руб. сутки.

**Задание 6.** Стоимость номера за сутки –1500 руб.

Проживание с 01.08. в 20.00 по 03.08. в 20.00

Телевизор – 400 руб. сутки

Холодильник – 500 руб. сутки

**Задание 7.** Стоимость номера за сутки –3000 руб.

Бронь 50 %

Проживание с 7.01. в 9.00 по 9.01. в 11. 00

Бассейн – 1000 руб.

Массаж – 500 руб.

Автостоянка – 100 руб. сутки.

**Задание 8.** Стоимость номера за сутки –5500 руб.

Проживание с 04.01. в 16.00 по 08.01. в 16.00

Дополнительное место – 1000 руб.

Автостоянка – 300 руб. сутки.

**Задание 9.** Стоимость номера за сутки – 6500 руб.

Проживание с 7.01. в 12.00 по 10.01. в 15.00

Мини-бар – 2000 руб.

Спортивный зал – 700 руб.

Бассейн – 800 руб.

Автостоянка – 400 руб. сутки.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ**

### **Стандартизация и система управления качеством в гостиничном хозяйстве**

#### **Вопросы для самостоятельной работы**

- 1 Методы стандартизации технологических процессов и операций по обслуживанию в гостиничных предприятиях за рубежом.
- 2 Организация работы по улучшению системы качества в гостиничных компаниях (зарубежный опыт).
- 3 Рекомендации по организации систем качества зарубежных гостиниц.
- 4 Нормативная база обеспечения безопасности при организации гостиничных услуг в РФ.

#### **Задания к практическому занятию**

**Задание 1.** Если владелец гостиницы окажется не в состоянии выполнить свои обязательства согласно Международной конвенции, он обязан компенсировать фактический ущерб, причиненный турагенту. В исключительных случаях, если было предусмотрено, что турагент извещен об этом за три недели, владелец гостиницы может разместить клиентов в ближайшей подобной гостинице или гостинице более высокого класса. Как

вы думаете, имеет ли право турагент на компенсацию в этом случае? Кто оплачивает разницу в цене гостиничных услуг?

**Задание 2.** Пользуясь нормативной документацией в области гостиничных услуг, определите категорию гостиницы. Гостиница имеет площадь двухместного номера 14 м<sup>2</sup>, отдельный от служебного вход, охраняемую автостоянку, круглосуточный подъем и спуск на лифте, двери с внутренним предохранителем. Освещение от потолочного светильника, прикроватного светильника, настольной лампы, телефонный аппарат в апартаментах в каждой комнате. Оснащение мебелью: односпальная кровать – 90\*200 см, двухспальная – 160\*190 см. телефонная связь прямая с городской сетью в 100% номеров. Санузел в 100% номеров.

**Задание 3.** На основе Франкфуртской таблицы снижения цен за туристские поездки определите, будет ли снижена стоимость за предоставляемые услуги и если да, то на сколько. Ответ обоснуйте. Турист в летний период забронировала номер с видом на море. По приезду оказалось, что данный номер ему предоставить не могут. В наличии был только номер той же категории, но с видом на центральную площадь города.

**Задание 4.** Пользуясь нормативной документацией в области гостиничных услуг, определите категорию гостиницы. Персонал гостиницы свободно владеет одним из иностранных языков. Номера гостиницы оснащены двухспальными кроватями размерами 160\* 200 см, коврами или ковровыми покрытиями, креслом для отдыха на каждого гостя, рекламными материалами, халатом банным, тапочками банными. В гостинице имеется плавательный бассейн и сауна, помещение для переговоров, компьютеры, телефакс.

**Задание 5.** На основе Франкфуртской таблицы снижения цен за туристские поездки определите, будет ли снижена стоимость за предоставляемые услуги и если да, то на сколько. Ответ обоснуйте. Сотрудник иностранной компании забронировал одноместный номер, но свободным оказался только двухместный номер.

**Задание 6.** Пользуясь нормативной документацией в области гостиничных услуг, определите категорию гостиницы. Техническое оснащение гостиницы: двери и замки с внутренним предохранителем, звукоизоляция на уровне 35дБ, телевизоры в многокомнатных номерах. Номера оснащены односпальными кроватями размером 80\*190 см и двухспальными - 160\*190 см. имеются туалеты вблизи общественных помещений. Номерной фонд представлен 60% мест в одно- и двухместных номерах, не менее 25% номеров имеет санузел в номерах.

**Задание 7.** На основе Франкфуртской таблицы снижения цен за туристские поездки определите, будет ли снижена стоимость за

предоставляемые услуги и если да, то на сколько. Ответ обоснуйте. В санаторий должна приехать группа пенсионеров, размещение которых планировали в номерах на четвертом этаже, но к моменту заселения была обнаружена серьезная поломка лифта.

**Задание 8.** Пользуясь нормативной документацией в области гостиничных услуг, определите категорию гостиницы. Общие помещения гостиницы имеют мебель и другое оборудование, соответствующее функциональному назначению помещения, специальное напольное покрытие. При гостинице имеется комната бытового обслуживания. Гостиница предоставляет следующие услуги: служба приема работает круглосуточно, уборка кроватей горничной, химчистка, исполнение заказа в течение 12 часов, вручение гостям корреспонденции и др. Внутренняя телефонная связь в 100% номеров, смена постельного белья раз в пять дней, полотенец один раз в три дня.

## **ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ**

### **Ценообразование на гостиничном предприятии**

#### **1. Теоретическая часть**

Современный гостиничный сервис является одной из крупнейших и высокодоходных отраслей мировой экономики. Гостиничный сервис является важнейшим элементом социальной сферы, а также играет большую роль в повышении эффективности общественного производства, и соответственно, росте жизненного уровня населения.

Но, несмотря на масштабы индустрии гостеприимства, все чаще гостиницы занимаются продажей гостиничного продукта с целью поиска клиента. Где ключевую роль играет цена на услуги, предоставляемые гостиничными предприятиями.

Цена - это один из элементов рынка, денежное выражение стоимости товаров и услуг. Цена является важнейшим элементом комплекса маркетинга, так как от цены зависит достижение комплексного результата, а правильно выбранная ценовая стратегия оказывает долговременное и решающее значение на конкурентоспособность, как гостиничных продуктов, так и всего гостиничного предприятия. Гостиничный сервис как составляющий рынка платных услуг имеет ряд характерных особенностей, влияющих на формирование цен в данной сфере. Цены на гостиничные услуги обладают высокой эластичностью вследствие неоднородности рынка; разнообразные группы потребителей нуждаются в разных вариантах услуг. Эластичность спроса на гостиничные услуги изменяется в зависимости от доходов потребителей, степени насыщенности рынка, традиции в потреблении, уровня культуры и т.д. Практика работы предприятий гостиничного сервиса показывает, что выбор стратегий ценообразования, определение подходов к разработке цен на новые гостиничные продукты, регулирование цен уже имеющихся являются составной частью маркетинга предприятия индустрии гостеприимства. Однако разработку ценовой

стратегии следует тесно увязывать с единой стратегией маркетинга гостиничного предприятия, поскольку цена -- мощный инструмент воздействия на рынок.

## 2. Задания к практическому занятию

**Задание 1.** Предприятие размещение в летний период подтвердила бронирование 2 стандартных двухместных номера с завтраком для семейных пар на период с 8 июля (четверг) 10:00 ч до 12 июля (понедельника) 16:00 ч. Рассчитайте общую сумму заказа, если известно, что расчетный час в гостинице установлен в 12:00; цена за стандартный двухместный номер составляет 3200 руб. в сутки, завтрак 120 руб. на человека.

В гостинице действует поощрительная программа для путешественников, останавливающихся в выходные дни при обязательном условии ночевки с воскресенья на понедельник, пакет услуг за 2 ночевки в стандартном двухместном номере с завтраком составляет 3100 руб. на 1 персону.

**Задание 2.** Компания «Эдельвейс» забронировала для двух своих сотрудников два стандартных одноместных номера в гостинице «Феликс» с 14 по 18 июля. При этом дополнительно сообщила, что прибытие сотрудников в гостиницу будет в 01:00 14 июля, и они хотят получить размещение с этого момента. Выезд сотрудников не совпадает: один – покинет гостиницу в 15:00 18 июля, а другой – в 10:00 19 июля.

Гостиница имела возможность забронировать номера гостиницы по желанию клиентов и подтвердила бронь. Рассчитайте общую сумму проживания двух сотрудников, которую получила компания «Троя», если известно, что расчетный час установлен в 12:00. Данные для расчета представлены в таблице.

Таблица – Стоимость номеров гостиницы «Феликс»

Вид и тип номера	Цена с 02.03 - 31.05	Цена с 01.06- 15.07	Цена с 16.07- 15.09
Одноместный номер стандартный	1350 руб.	1550 руб.	1600 руб.
Двухместный номер стандартный	1800 руб.	2100 руб.	2200 руб.

**Задание 3.** Гостиница «Дворцовая» (Санкт-Петербург), подтвердила компании ООО «Шаг» заказ на бронирование двух номеров (стандартный двухместный и сьюит) в период с 18 октября (четверг) с 18:00 по 21 октября (воскресенье) до 22:00 ч. по цене 6350 руб. и 14600 руб. соответственно. В гостинице действует поощрительная программа для семей с детьми, проживающими вместе с родителями в номере. Согласно программе предоставляется скидка за проживание в стандартном номере детям в возрасте до 14 лет в размере 25 %.

В период низкого сезона (с 1 октября по 31 октября) гостиница предоставляет скидки за проживание по следующей схеме.

Таблица – Размер скидок по типу номера в гостинице «Дворцовая»

Тип номера	Размер скидки	Тип номера	Размер скидки
одноместный	10%	двухместный	13%
Двухместный (при одноместном проживании)	12%	сюит	5%

**Задание 4.** Гостиница в период с 15 января по 22 января решила предложить специальную программу для своих клиентов: при бронировании 3 ночей, если одна из них приходится на указанный период, для заказчика прибавляются еще 3 ночи бесплатно при условии размещения в стандартных двухместных номерах.

Компания «Вест+» забронировала 2 двухместных стандартных номера с завтраком и 1 номер люкс в период с 18 по 25 января. Прибытие в гостиницу в 02:00 18 января, выезд в 11:00 25 января. Рассчитайте стоимость заказа компании, если известно, что расчетный час в гостинице признан 12:00, цена за стандартный двухместный номер составляет 3375 руб., включая завтраки и налоги, стоимость люкса – 16270 руб. Стоимость за услуги бронирования в глобальной системе, в качестве участника, гостиница взимает в размере 15 % от стоимости одного номера.

**Задание 5.** Известно, что плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с единым расчетным часом – с 12.00 часов текущих суток по местному времени.

Каким образом будет произведена оплата за проживание в течение всего периода, если группа туристов заехала в гостиницу в 20.00 часов, а выехала по истечении трех суток в 18.00 часов местного времени? Привести расчет стоимости гостиничных услуг, взяв за основание фиксированную стоимость проживания одного туриста в сутки – 1000 руб.

**Задание 6.** В гостинице используется метод потребительской оценки. Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- низкий (05 января – 15 апреля);
- средний (15 апреля – 15 июня; 1 ноября – 15 декабря);
- высокий (15 июня – 1 ноября; 15 декабря – 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3000 рублей с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12% ,стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменялась.

**Задание 7.** Предприниматель приехал на бизнес-семинар и остановился в гостинице в 10 часов утра. Оставил вещи и сразу направился на семинар. Там встретился с другом, и они решили по экономическим соображениям проживать в номере друга.

Приблизительно в 13.00-14.00 часов они сообщили об этом администратору. Расчетное время в гостинице 12.00. Администратор

согласился на это. В момент выезда из гостиницы предпринимателю выставили счёт за проживание двоих человек в номере друга и половину стоимости (50 %) за одни сутки во втором номере, мотивировав тем, что уборщице нужно было убрать номер, а в нём с 10.00 до 14.00-15.00 находились сумки и верхняя одежда.

Представьте свой вариант решения данной ситуации учитывая при этом роли и интересы: предприниматель — не оплачивать стоимость номера, в котором он не проживал; администратор — получить оплату за номер или разобраться в ситуации; уборщица — получить деньги за уборку номера.

**Задание 8.** В ходе изучения схем взаимодействия между отелем и туроператором, приведите расчет цены койко-места предприятия размещения с учетом условий, представленных в таблице.

Таблица – Условия работы при различных схемах сотрудничества отельер-туроператор

Условия работы	Длительность договора	Кол-во дней	Кол-во мест в блоке	Дисконт	Цена койко-места
Цена стойки в пик-сезон	1200 руб./сутки				
Аренда отеля	15.05 - 15.09	120	300	55	
	15.06 - 15.09	90 <	300	50	
<b>комитмент</b>					
Оплата до 01.05	15.05 - 15.09	120	100	49	
Оплата до 01.06	15.05 - 15.09	120	50	45	
<b>элотмент (жесткий)</b>					
Заезд 7 дней	15.06- 15.09	90	100	42,5	
Заезд 14 дней	15.06- 15.09	90	100	43,3	
<b>элотмент (мягкий)</b>					
Заезд 7 дней	15.06- 15.09	90	100	25	
Заезд 14 дней	15.06 - 15.09	90	100	26,6	

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ Экономические основы функционирования гостиничных предприятий

### 2. Теоретическая часть

Экономическая деятельность гостиничного предприятия – одного из экономических субъектов есть сочетание действий, приводящих к получению определенного набора продукции или услуг. Основываясь на таком подходе, индустрия гостеприимства и туризма представляет собой вид экономической деятельности, состоящий из ряда многоаспектных процессов производства туристского продукта (услуги), направленного на удовлетворение интересов потребителя. Такая концепция согласуется с рекомендациями Всемирной туристской организации ООН и логично входит в экономические структуры как современная производственная и коммерческая деятельность, которая производит товары и услуги.

Индустрия гостеприимства и туризма – это сфера предпринимательства, состоящая из таких видов обслуживания, которые

опираются на принципы гостеприимства, характеризующиеся щедростью и дружелюбием по отношению к гостям.

Экономические агенты – это субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ. Основными экономическими агентами являются индивиды (домохозяйства), предприятия/фирмы, государство и его подразделения. В свою очередь, среди фирм выделяют, прежде всего, индивидуальные деловые предприятия, предприятия партнерства и корпорации. Современная экономическая теория исходит из предпосылки о рациональном поведении агентов. Это означает, что целью является максимизация результатов при данных затратах, либо минимизация затрат при заданном результате. Индивиды стремятся к максимальному удовлетворению потребностей при данных издержках, государство – к наивысшему росту общественного благосостояния при определенном бюджете. В качестве экономических агентов выступают также, например, профсоюзы, целью которых является повышение зарплаты и улучшение социальных условий жизни их членов, средством – борьба за выгодные условия заключения коллективных договоров.

В современных теориях, развивающих принципы классического либерализма, единственно реальным экономическим агентом признается индивид. Все остальные агенты рассматриваются как производные от него формы: предприятия/фирмы – как юридические лица, а государство – как организация по спецификации и защите прав собственности.

Экономические агенты осуществляют связи друг с другом с помощью обмена экономических благ. Движение их образует своеобразный кругооборот.

Экономический кругооборот – это круговое движение реальных экономических благ, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов.

Основными субъектами рыночной экономики являются домохозяйства и предприятия/фирмы. Домохозяйства предъявляют спрос на потребительские товары и услуги, являясь одновременно поставщиками экономических ресурсов. Предприятия/фирмы предъявляют спрос на ресурсы, предлагая, в свою очередь, потребительские товары и услуги.

## **2. Задания к практическому занятию**

**Задание 1.** Гостиница предлагает размещение - 100 номеров, число предложенных номеров к реализации 100, общее количество реализованных номеров (койко-ночей) 80 номеров. Рассчитайте коэффициент заполняемости гостиницы за один месяц.

**Задание 2.** Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март 2022 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов.

Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад согласно штатному расписанию составляет 25000 руб., доплата за стаж работы 15%, при оплате учитываются уральский коэффициент и надбавка.

Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 200000 руб., из которого на долю администратора (личный вклад в результаты предприятия размещения) приходится 10 %. Рассчитайте общие затраты на оплату труда администратора.

**Задание 3.** Рассчитать оборот гостиницы в целом и его структуру, используя данные таблицы. Рассчитать недостающие показатели, заполнить таблицу. Дать оценку полученных данных.

Таблица – Показатели оборота гостиницы

Наименование показателей	Прошлый год		Текущий год		Отклонения		Темп роста (снижение)
	Сумма, тыс. руб.	Уд вес, %	Сумма тыс. руб.	Уд. вес, %	в тыс. руб.	Уд. вес, %	
1	2	3	4	5	6	7	8
Обороты (выручка) в целом (тыс.руб.)							
по гостиничным услугам (тыс.руб.)	85477,0		103095,9				
за проживание (тыс. руб.)	77378,6	86,95					
за дополнительные услуги (тыс.руб.)	8098,3	9,10	9794,1				
по общественному питанию	3344,8	3,76					
по продукции собственного производства	2542,1	2,86	11317,1				
по покупным товарам	802,8		2654,6				
по прочей деятельности	173,4	0,19					
по аренде, тыс.руб.			5184,8				
по посреднической деятельности	123,4	0,19	164,6				

**Задание 4.** Рассчитать оборот гостиницы и среднюю заполняемость гостиницы за год используя информацию таблицы.

Таблица – Показатели структуры номерного фонда гостиницы

№№ п/п	Вид номеров в гостинице	Количество номеров	Стоимость номеров в сутки, в дпр.	Заполняемость номеров за год, %	Общая стоимость номеров
1.	Одноместные номера	40	60	80	
2.	Двухместные номера	100	90	70	
3.	Номера «Люкс»	20	170	50	
4.	Апартаменты	10	200	40	
5.	Общее количество номеров	170			

**Задание 5.** Гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд – 110 номеров, средняя площадь номера – 18 кв.м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб.

Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80 % от общей площади.

**Задание 6.** Проанализируйте влияние трудовых факторов на объём продаж в туристском комплексе, на основании данных представленных в таблице. Сделайте выводы по полученным результатам.

Таблица - Показатели деятельности предприятия размещения

Показатель	Прошлый год	Отчётный год	Изменения (+ -)	Темп изменения
Объём продаж, млн.р.	214 420	225 765		
Среднесписочная численность человек, чел.	540	524		
среднегодовая выработка на одного работника				
Отработано чел.-дней в среднем одним рабочим	264	275		

**Задание 7.** Проанализируйте эффективность использования труда по туристскому комплексу на основе показателей, представленных в таблице по итогам работы предприятия. Сделайте выводы.

Таблица – Показатели деятельности предприятия размещения

Показатель	квартал			
	1	2	3	4
Фонд заработной платы, млн.р.	1982	2654	3086	3471
Число работников по штатному расписанию, чел	235	235	235	235
Среднесписочная численность, чел	195	211	217	223
Численность работников, принимаемая для исчисления средней заработной платы, чел.	189	202	211	216
Число принятых человек	45	56	61	52
Число выбывших, чел. В том числе:	38	45	58	47
по собственному желанию				
уволенные за прогул и другие дисциплинарные нарушения.	30	32	47	38
	8	13	11	9

**Задание 8.** Общий объём продаж в транзитной гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения – 1200 руб., средние затраты на ед. услуги размещения – 900 руб. Маркетинговый отдел гостиницы предложил в качестве дополнительной услуги организовать услуги няни. По расчетам эта услуга позволит увеличить количество размещенных лиц на 10%, но приведет к росту издержек на каждый заказ на 240 руб., оплата услуг няни в сутки – 600 руб.

Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли; имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни.

**Задание 9.** Рассчитать оборот гостиницы за текущий год и на будущий год на основании цифровых данных представленных в таблице. Рассчитать все недостающие показатели и заполнить таблицу.

Таблица – Показатели деятельности предприятия размещения

№ п/п	Оборот по подразделениям	Текущий год			Будущий год		
		Всего, тыс.руб.	Доля, в %		Всего, тыс.руб.	Доля, в %	
1	2	3	4	5	6	7	8
	Гостиничные услуги (оборот гостиницы в целом)		100,0	-		100,0	-
1.	Проживание		94,8	-			-
2.	Дополнительные услуги, всего	15717,1		100,0	16184,2	6,4	100,0
	в том числе:						
	Бизнес-центр		0,2			0,4	
	Оздоровительный центр		0,3			0,5	
	Прачечная		2,9			3,0	
	Платное ТВ		0,2			0,3	
	Парковка автотранспорта		0,1			0,2	
	Услуги «Такси»		1,4			1,5	
	Прочие услуги		0,1				

## ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ ПО ТЕМЕ Бренд-менеджмент в индустрии гостеприимства

### 1. Теоретическая часть

В настоящее время многие предприятия гостеприимства столкнулись с тем, что конкуренты стараются в своих услугах воспроизвести качества и характеристики лучших гостиничных цепей — мировых лидеров, что неизбежно приводит к большому сходству предлагаемых гостиничных услуг и в некоторой степени усложняет выбор потребителей. Все это требует от предприятий индустрии гостеприимства применения особых форм брендинга, отражающего уникальность и ценность собственных гостиничных продуктов и услуг.

Бренд в классическом понимании является образом в представлении потребителя, набором впечатлений и ассоциаций, именно этот образ позволяет потребителю различать и выбирать тот или иной товар или услугу.

Современное понимание бренда включает в себя следующие аспекты.

Первый компонент бренда — это его идеологическая (концептуальная) основа, а именно: направленность на определенное качество, и эксклюзивность либо, напротив, общедоступность, а также те критерии качества, которые будут подразумеваться сразу же, как только потребитель увидит соответствующий товарный знак.

Второй компонент — имиджевый — это способность бренда отражать особые характеристики предприятия или продукта, выделять его среди

конкурентов, закреплять в сознании потребителей авторитет и репутацию предприятия.

Третий компонент — коммуникативный, предполагающий наличие в структуре бренда таких элементов, которые могли бы вызвать позитивные ассоциации у потребителей целевого рынка.

Четвертый компонент — художественно-эстетический, призванный композиционно увязать все структурные элементы бренда в единый логический комплекс. Художественная составляющая делает бренд в сознании потребителей более оригинальным, многослойным, ярким, гармоничным и легко узнаваемым.

Все вышеизложенное позволяет подчеркнуть комплексный характер бренда и предположить, что формирование бренда представляет собой процесс, направленный на его создание и развитие. В свою очередь данный процесс в специальной маркетинговой терминологии определяют как бренд-менеджмента

## 2. Задания к практическому занятию

**Задание 1.** Составить глоссарий из следующих терминов:

- брендинг – \_\_\_\_\_
- гостиничные цепи – \_\_\_\_\_
- позиционирование бренда – \_\_\_\_\_
- товарная политика – \_\_\_\_\_
- торговая марка – \_\_\_\_\_
- фирменный стиль – \_\_\_\_\_
- франчайзинг – \_\_\_\_\_
- целевая аудитория – \_\_\_\_\_
- элементы фирменного стиля – \_\_\_\_\_
- ребрендинг - \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**Задание 2.** Заполнить таблицу «Элементы бренда и выполняемые ими функции» данными:

Элементы бренда	Функции, выполняемые элементами бренда для производителя (гостиницы)	Функции, выполняемые элементами бренда для потребителя (гостя)
Идентификатор (марочное название, марочный символ)		
Атрибуты гостиницы (функциональные характеристики, качество услуг)		
Комплекс ассоциаций потребителей (гостей)		
Удовлетворение потребителей		

**Задание 3.** Дать описание основных элементов фирменного стиля отеля

Элемент фирменного стиля	Описание элемента
--------------------------	-------------------

Торговый знак	
Логотип	
Слоган	
Фирменный цвет	
Фирменный блок	

**Задание 4.** Разработайте фирменный стиль следующих предприятий и оформите данные в виде сравнительной таблицы:

Предприятие феры сервиса	Слоган	Фирменный цвет	Логотип	Описание интерьера	Описание униформы сотрудников
гостиница для отдыха	...	...	...	...	...
гостиница делового назначения	...	...	...	...	...
ресторан	...	...	...	...	...
турфирма	...	...	...	...	...

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ОСНОВНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 207 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014060-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044188>. – Режим доступа: по подписке.

2. Малых, Н. И. Экономика гостиничного предприятия: Учебное пособие / Н.И. Малых, Н.Г. Можяева. - Москва: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 320 с.: - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-745-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1064623>. – Режим доступа: по подписке.

## ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ушаков, Р. Н. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности : учебное пособие / Р.Н. Ушаков, Н.Л. Авилова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 136 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014473-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1151531> (дата обращения: 15.12.2021). – Режим доступа: по подписке.