

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/121219>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Гостиничное дело

СОДЕРЖАНИЕ Дневник практики 3 Аттестационный лист 5 Отзыв-характеристика 8 Анкета работодателя 10 Отчет 14 Задание 1 (ПК 1.1). Оформить заявку на индивидуальное и групповое бронирование гостиничных услуг от физических и юридических лиц. Произвести расчет стоимости услуг с учетом преysкуранта цен гостиницы 14 Задание 2 (ПК 1.2). Составить счет на оплату бронирования гостиничных услуг. Заполнить карту движения номерного фонда за три недели 16 Задание 3 (ПК 1.2). Описать технологию ведения телефонных переговоров с потребителями при бронировании. Предоставьте список основных вопросов, которые нужно задать гостю при бронировании номера по телефону 17 Задание 4 (ПК 1.2). Составить реестр документов, обеспечивающих бронирование гостиничных услуг, используемых в гостинице 22 Задание 5 (ПК 1.3). Оформить подтверждение бронирования. Составить письменный отказ о предоставлении мест и номеров в гостинице для физических и юридических лиц 22 Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для приёма заказов 24 Список использованных источников 32 Приложения 34

Дневник практики

Ф.И.О. студента Период прохождения практики Дата / период Выполняемая функция Оценка/ подпись
Проведен инструктаж по технике безопасности, в т. ч. по пожарной безопасности и охране труда. Подпись студента: Знакомство с базой практики

2

Принятие заказов от потребителей и его оформление Бронирование и ведение документации
Информирование потребителей о бронировании Знакомство с условиями работы служб гостиничного предприятия Организация рабочего места службы бронирования Оформление и составление различных видов заявок и бланков Ведение документации: учет и хранение отчетных данных Осуществление гарантирования бронирования различными методами Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ для приема заказа и обеспечения бронирования Владение технологией ведения телефонных переговоров Аннулирование бронирования Консультирование потребителей о применяемых способах бронирования Оформление отчёта о прохождении практики
Подпись руководителя: МП Аттестационный лист Частное профессиональное образовательное учреждение «ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

_____, Фамилия, Имя, Отчество студент _____
группы по специальности «Гостиничный сервис». прошел(ла) производственную практику по профессиональному модулю: «Бронирование гостиничных услуг» с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г. в организации _____
наименование организации, юридический адрес Оценка выполнения работ ПК Виды работ Показатели оценки результата Оценка* (Нужное обвести) ПК 1.1. Принимать заказ от потребителей и оформлять его. Принятие заказ от потребителей и его оформление организовывать рабочее место службы бронирования; оформлять и составлять различные виды заявок и бланков; 5

4

3

2

3

ПК 1.2. Бронировать и вести документацию. Бронирование и ведение документации вести учет и хранение отчетных данных; осуществлять гарантирование бронирования различными методами; использовать технические, телекоммуникационные средства и профессиональные программы для приема заказа и

обеспечения бронирования 5

4

3

2

ПК 1.3. Информировать потребителя о бронировании. Информирование потребителей о бронировании владеть технологией ведения телефонных переговоров; аннулировать бронирование; консультировать потребителей о применяемых способах бронирования; 5

4

3

2

*Критерии оценки освоения профессиональных компетенций: «5» студент демонстрирует высокий уровень знаний, выполняет требуемые виды работ уверенно и без ошибок, имеет высокую мотивацию в выполнении профессиональных видов работ. «4» студент демонстрирует высокий уровень знаний, выполняет требуемые виды работ не уверенно с возникающими ошибками справляется самостоятельно, имеет высокую мотивацию в выполнении профессиональных видов работ. «3» студент демонстрирует достаточный уровень знаний, при выполнении работ допускает ошибки и исправляет их при помощи специалиста, мотивация при выполнении работ приемлемая. «2» не имеет знаний для выполнения указанного вида работ, отсутствует мотивация при выполнении профессиональных работ.

4

Задание 3 (ПК 1.2). Описать технологию ведения телефонных переговоров с потребителями при бронировании. Предоставьте список основных вопросов, которые нужно задать гостю при бронировании номера по телефону

Главное в начале разговора – создать доверительные отношения, а затем вести разговор в соответствии с целью, для которой вы звоните. Для этого соблюдайте следующие правила общения по телефону. Правило 1. План переговоров. Прежде чем начать разговор, тщательно подумайте: - удобное время для звонка и его продолжительность; - четко определите цель вашего звонка; - Составьте план разговора. Рассмотрим ответы на следующие вопросы: - Что вы собираетесь рассказать о себе и компании, в которой вы работаете? - Какие вопросы вы собираетесь задать своему собеседнику, чтобы выяснить его потребности и создать необходимую мотивацию для дальнейшей встречи? - Какие могут быть возражения и ваши возможные ответы? «Как вы собираетесь закончить разговор и назначить встречу?» Правило 2. Поднимите трубку на 3-й сигнал (если вам звонят). Телефонный деловой этикет нормализует общение с клиентом. Соблюдая деловой этикет, клиент оценивает корпоративную культуру компании. Поднимите трубку для 3-го звонка: на первом вызове – отложите дела, на втором – включите, на третьем – улыбнитесь и поднимите трубку. Если вы не поднимаете трубку слишком долго, это свидетельствует о низкой корпоративной культуре компании. Многие люди мгновенно хватают телефон. Любому человеку требуется как минимум несколько секунд, чтобы сосредоточиться и настроиться на разговор. Правило 3. Говоря по телефону, обязательно улыбнитесь. Помните, когда вы улыбаетесь, ваш голос становится более приятным. Так что улыбайся чаще. Некоторые специалисты по телефонам ставят зеркало напротив, чтобы видеть свое лицо во время разговора. Все это позволяет контролировать наличие улыбки на вашем лице. Правило 4. Приветствуйте другого человека. Приветствуйте собеседника как можно более дружелюбно и энергично. Придумайте несколько способов сказать привет. Пусть у вас есть разные варианты для людей разного пола и возраста. Разговор с клиентом лучше всего начинать словами «добрый день (утро, вечер)». Они более живые и доступные, чем просто «привет». Помните, что на другом конце провода кто-то тоже хочет, чтобы его уважали, понимали и, возможно, в этот момент ему помогли ... Правило 5. Ваш голос – ваша визитная карточка.

Отечественные гостиницы, как правило, пытаются развиваться в соответствии с мировыми тенденциями, однако в них есть свои особенности. Среди них: активное освоение рынка западными сетями, которые в основном «Захватывают» высококласные сегменты и предлагают свои услуги статусным гостям; отсутствие чёткой «Звездности» отелей – несмотря на то или иное количество «звезд», отели могут не отличаться друг от друга по качеству. Исследование тенденций развития гостинично-ресторанного бизнеса показывает, что компании, которые сделали инновации частью своей жизни, создают новые или заново открывают старые рынки, продукты, услуги и модели бизнеса, что, в свою очередь, ведёт к ещё более быстрому росту. Особых успехов гостиничное и ресторанное хозяйство достигло за последние 30 лет за счёт внедрения эффективных систем управления с использованием инноваций [15]. Современные инновации стоят недешево, однако владельцы отелей все равно тратятся на них, потому что только так можно обеспечить собственное выживание на рынке. И одной из самых популярных в настоящее время разработок является электронное управление отелем – для отеля под заказ создаётся специализированная система, в которую подключаются все сотрудники. С помощью веб-ресурса они могут получать всю необходимую информацию об отеле в любой момент; в режиме on-line видеть все изменения что в нем происходят; бронировать номера для гостей; получить доступ к максимально широкому комплексу каналов продаж. Стремясь предложить клиентам эксклюзивный сервис, многие отели заказывают разработку особых систем работы, которые существенно расширяют функции гостиницы. Среди них, например, можно выделить следующие [16]: - Система автоматизации труда работников отдела продаж. Позволяет управлять этой сферой, планировать встречи с партнёрами и клиентами, вести календарь и расписание работы менеджеров, а также облегчает выполнение различных задач. - Система работы с клиентами. Это новые технологии в гостиничном бизнесе, которые проводят полный анализ размещения гостей в отеле и выдают полную аналитику по каждому из них. Эта система позволяет увидеть, какие посредники и турагентства лучше всех обеспечивают «доставку» клиентов в гостиницу, а также помогает просчитать статистику клиентов по возрасту, полу, социальному статусу, доходностью и др. - Система управления программами лояльности для клиентов. Позволяет отелю разрабатывать особые виды поощрения для постоянных клиентов, клубные и дисконтные карты, премиальные сертификаты и др. - Система управления мероприятиями отеля. С помощью этой технологии можно планировать загрузки различных помещений гостиницы – её конференц-залов, ресторанов, банкетных залов. Также эти инновации в

6

гостиничном бизнесе позволяют создавать оптимальные графики мероприятий, обеспечивая полную загрузку гостиницы и давая ему дополнительные возможности для заработка. Кроме электронного управления, современные отели также потребуют внедрения нововведений в ресторанной сфере. Это не только само управление рестораном – когда он превращается фактически в отдельное «Государство» на территории отеля. Это ещё и множество удобств для клиентов: - интерактивное меню – посетители пользуются экраном, встроенным в стол, выбирая из его помощью блюда и призывая официантов; - экраны-планшеты на столах – пока заказ готовится, посетитель может почитать свежие новости, узнать о ресторане побольше, заказать такси и т.д.; - сенсорные дисплеи, установленные в холле отеля – актуальны для крупных отелей с несколькими ресторанами. Воспользовавшись ими, гости могут увидеть меню всех точек питания в отеле, выбрать лучшую из них и заранее просчитать свой средний чек.

Список использованных источников

1. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания / Ю.Ф.Волков // Серия «Учебники, учебное пособие». – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 384 с.
2. Гомилевская Г.А. Организация предпринимательской деятельности в туризме и гостиничном хозяйстве: Учеб. пособ. / Г.А.Гомилевская. – Владивосток: Изд-во ВТУЭС 2010. – 72 с.
3. Гостиничное и ресторанное дело, туризм: Сборник нормативных документов / Под ред. Ю.Ф. Волкова // Серия «Учебники, учебные пособия». – Ростов н/Д: «Феникс», 2009. – 448 с.
4. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник / А.Б.Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2009 – 272 с.
5. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А.Иванова. – СПб.: Питер, 2005. – 144 с: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
6. Ионова А. Ф., Селезнева Н. Н. Финансовый анализ: учеб. / А.Ф.Ионова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 624 с.
7. Исмаев Д.К. Маркетинг гостиничных услуг в России / Д.К.Исмаев. – М.:

Высшая школа по туризму и гостиничному хозяйству, 2007. – 342 с. 8. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник / Н.И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко – 4-е изд., стер. – Мн.: Новое знание, 2013. – 368 с. – (Экономическое образование) 9. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко. – [3-е изд., перер. и доп.]. – Минск: Новое знание, 2002. – 368 с. 10. Королько В.Г. Основы публичных отношений / В.Г.Королько. – М., «Рефл-бук», К.: «Ваклер». – 2000. – 528 с.

7

11. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов / Ф.Котлер, Дж.Боуэн Дж.Мейкенз– 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с. 12. Лесник А.Л. Организация и управление гостиничным бизнесом: Учебник / Под ред. А.Л. Лесника. Т.3. – М.: Известия, 2012. – 512 с. 13. Лесник А.Л., / Организация и управление гостиничным бизнесом / А.Л.Лесник, А.В. Чернышев. – М.: Издательский дом «Альпина», 2009. – 212 с. 14. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания: Учеб. для проф. образования / Под ред. А.Ю. Ляпина. – 3 – е изд., стер. – М: Академия, 2010. – 208 с. 15. Медлик С. Гостиничный бизнес / С.Медлик. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 239 с. 16. Ньюсом Д., Терк Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика публичных отношений / Д.Ньюсом, Д.Терк, Д.Крукеберг. – М.: Инфра-М, 2001. – 830 с. 17. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prohotelia.com.ua/>. 18. Почепцов Г.Г. Имиджелогия / Г.Г.Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2004.- 110 с. 19. Росситер Дж.Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров: пер. с англ./ Под ред. Л.А. Волковой. – СПб: Питер, 2001. – 656 с. 20. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В.Сорокина. – М: Альфа – М; ИНФРА – М, 2014. – 304с. 21. Уокер Д. Р. Управление гостеприимством. Вводный курс: Учебник для студентов и вузов, обучающихся по специальности 061122 «Гостиничный и туристический бизнес» и специалистам сервиса. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 880 с. 22.Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А.Фатхутдинов. – Спб.: Питер, 2006. – 448 с. 23. Шоул Д. Как добиться хорошего сервиса / Д.Шоул // Гостиничное дело. – 2013. – №8. – С. 29-35. 24. Отель «Патио». – Режим доступа: <http://www.patiorhotel.online/>.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://studservis.ru/otchet-po-praktike/121219>