

*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/diplomnaya-rabota/239184>

**Тип работы:** Дипломная работа

**Предмет:** Гостиничное дело

## СОДЕРЖАНИЕ

### ВВЕДЕНИЕ 8

#### 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ 12

##### 1.1 Структура и содержание гостиничных услуг 12

##### 1.2 Технологии продвижения гостиничных услуг 21

#### 2 СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ ИХ ПРОДВИЖЕНИЯ В РФ 30

##### 2.1 Современное состояние рынка гостиничных услуг РФ 30

##### 2.2 Технологии продвижения гостиничных услуг в РФ 36

#### 3 АНАЛИЗ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ ООО «АЛТАЙ» (Г. БАРНАУЛ)» 42

##### 3.1 Краткая характеристика ООО «Алтай» 42

##### 3.2 Анализ технологий продвижения гостиничных услуг ООО «Алтай» 56

#### 4 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ ООО «АЛТАЙ» (Г. БАРНАУЛ)» 70

##### 4.1 Рекомендации по совершенствованию технологий продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай» 70

##### 4.2 Расчет прогнозируемой экономической эффективности рекомендаций по совершенствованию технологий продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай» 80

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ 84

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 87

### ПРИЛОЖЕНИЯ 94

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время индустрия гостеприимства, являясь частью сферы обслуживания в экономике страны, представляет собой один из наиболее быстро развивающихся секторов экономики. Значимой задачей для гостиниц является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания. Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб отеля, постоянным и эффективным контролем со стороны администрации, проведением работы по совершенствованию форм и методов обслуживания, изучению и внедрению передового опыта, новой техники и технологии, расширению ассортимента и совершенствованию качества предоставляемых услуг.

Совершенствование технологий продвижения гостиничных услуг в мировой практике, актуально в связи с тем, что в индустрии туризма в настоящее время присутствует высокая конкуренция. При этом, в связи с пандемией и из-за военной операции на Украине в индустрии гостеприимства наблюдаются существенные сложности – снижение потока туристов и инвестирования.

На российском рынке совершенствование технологий продвижения гостиничных услуг приобретает особую актуальность, так как из-за закрытия границ в связи с военной операцией, акцент делается именно на внутренний туризм. Кроме того, присутствует снижение покупательской способности в следствии поднятия цен на многие товары и услуги, а также повышения безработицы. Соответственно, российским гостиницам необходимо предоставить набор услуг оптимальный по соотношению: цена/качество.

Актуальность совершенствование технологий продвижения гостиничных услуг в г. Барнаул вызвана месторасположением данного города – это административный центр Алтайского края, который издавна привлекает туристов своими красотами и курортами.

Среди ведущих проблем, которые встречаются при предоставлении гостиничных услуг, и которые предстоит решить для их совершенствования, можно выделить:

- высокую конкуренцию на внутреннем рынке среди гостиничных предприятий;
- снижение покупательской способности;
- снижение финансовой стабильности гостиничных предприятий из-за кризиса последних лет;
- нестабильную экономико-политическую обстановку в России и в Мире.

В экономической литературе исследованию вопросов технологий продвижения гостиничных услуг посвящены работы авторов: В.Н. Еремина, С.В. Карповой, А.А. Клименко, Т.В. Колосовой, Ж.Ж. Ламбена, И.В. Липсица, О.К. Ойнера, М. Портера, Р.А. Фатхутдинова и др.

Вопросы совершенствования технологий продвижения гостиничных услуг в РФ нашли отражение в работах: И.С. Барчукова, Т.И. Власовой, М.А. Жуковой, Н.А. Зайцевой, М.В. Кобяк, А.Н. Лазарева, Н.С. Морозовой, Н.И. Малых, А.А. Федулина, Л.И. Черниковой, А.Д. Чудновского и др.

Основные особенности функционирования рынка гостиничных услуг исследованы в работах: Р.Г. Абакумова, А.В. Аникановой, Н.Ю. Васильевой, О.Г. Владимировой, Е.Б. Корнеевой, Н.А. Латушенко, Т.П. Левченко и др.

Несмотря на досочно высокую степень научной разработанности темы исследования, можно выделить отсутствие именно новых технологий в этом направлении. Эта тенденция связана с быстрым изменением мировой и российской экономической и политической систем, что призывает искать новые подходы к совершенствованию предоставления гостиничных услуг.

Объектом выпускной квалификационной работы являются технологии продвижения гостиничных услуг.

Предметом – технологии продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай».

Цель выпускной квалификационной работы – разработать рекомендации по совершенствованию технологий продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай».

Задачи выпускной квалификационной работы:

1. Выявить теоретические основы продвижения гостиничных услуг;
2. Установить современное состояние рынка гостиничных услуг и технологий их продвижения в РФ.
3. Определить процесс продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай» (г. Барнаул)».
4. Предложить рекомендации по совершенствованию технологий продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай» (г. Барнаул)».

Теоретико-методологической основой исследования стали работы таких авторов, как: В.Е. Большакова, И. А. Волкова, Т.В. Гапоненко, Д.А. Жуковский, И.В. Козырев и других.

Исследование основано на использовании системного подхода, подразумевающего комплексное изучение специфики предоставления и продвижения гостиничных услуг.

При исследовании применялись такие общие методы, как: дедукция и индукция, анализ и синтез, а также специальные методы: финансово-экономического, организационно-функционального, сравнительного анализа, экспертные методы.

В исследовании использовались отечественные и зарубежные теоретические, методические и практические разработки в сфере гостиничных услуг.

Научная новизна выпускной квалификационной работы состоит в анализе и систематизации материала по продвижению гостиничных услуг, что позволяет выделить механизм для проведения оценки рассматриваемого направления.

Практическая значимость работы заключается в разработке рекомендаций по совершенствованию технологий продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай». Предложенные рекомендации экономически обоснованы. Соответственно, могут быть реализованы в практической деятельности предприятия.

Структура работы включает введение, четыре главы, заключение, список литературы и приложения.

В первой главе выпускной квалификационной работы выявлены теоретические основы продвижения гостиничных услуг. Во второй главе проанализировано современное состояние рынка гостиничных услуг и технологий их продвижения в РФ. В третьей – исследован процесс продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай» (г. Барнаул)». В четвертой – разработаны рекомендации по совершенствованию технологий продвижения гостиничных услуг гостиницы ООО «Алтай» (г. Барнаул)».

## 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

### 1.1 Структура и содержание гостиничных услуг

В настоящее время практически в любом гостиничном объекте имеется определенный набор услуг. От того насколько качественно они предоставляются зависит эффективность деятельности предприятия.

Гостиничная услуга – это продукт деятельности гостиниц или других организаций, которые предназначены для проживания постояльцев [19]. Услуги, предоставляемые гостиницами, подразделяются на основные и дополнительные на платной и бесплатной основе.

В основные гостиничные услуги входит:

1. Оформление приезжающих и выезжающих: должно осуществляться в круглосуточном режиме.
2. Для постояльцев завтрак обычно входит в стоимость проживания, обед и ужин – за отдельную плату.
3. Бесплатные виды гостиничных услуг:
  - вызов скорой помощи;
  - пользование аптечкой;
  - доставка корреспонденции;
  - пробуждение в указанное время;
  - предоставление швейного набора, банные принадлежности.

Перечень дополнительных услуг достаточно разнообразный, но не все гостиницы их предоставляют, это зависит от их масштабов, места расположения и др.:

- услуги общественного питания (бар, ресторан, кафе);
- сувенирный магазин, торговые автоматы;
- развлечения (дискотека, бильярдная);
- организация экскурсий; услуги няни;
- прокат автомобилей;
- сауна, баня, аквазона; услуги салона красоты;
- организация бизнес-встреч и конференций;
- обмен валюты.

Безусловно набор услуг в первую очередь зависть от формата заведения. Рассмотрим некоторые виды, наиболее распространенных в настоящее время гостиничных объектов [21]:

1. Недорогие отели или отели с ограниченным сервисом, которые предлагают минимум услуг. Это отели экономического класса с небольшим числом номеров от 10 до 150. Штат персонала в них обычно небольшой. Подобные объекты могут не предоставлять услуг питания, но номера в них достаточно хорошо оборудованы.
2. Отели среднего уровня, ориентированные на широкий круг потребителя, могут иметь различное число номеров. В них, как правило использованы новейшие технологии, которые позволяют минимизировать расходы. Соответственно набор услуг в них значительно увеличивается: организация питания и обслуживания в номерах, услуги прачечной, шведский стол, беспроводной интернет и т. д.
3. Отели класса «люкс», которые имеют в среднем от 400 до 2000 номеров. Они предоставляют широкий набор услуг и высочайший уровень сервиса. Помимо стандартного набора услуг в них представлено множество дополнительных: организация различных мероприятий в зале ресторана и конференц-залах, высочайший уровень номерного обслуживания и т. д.
4. Апартаменты обычно имеют от 100 до 400 номеров с условиями, аналогичными меблированным комнатам. Соответственно набор услуг в них минимальный – предоставление проживания с необходимыми бытовыми приборами без питания.
5. Мотели предназначены для туристов, путешествующих на автотранспорте. Могут иметь от 150 до 400 номеров, располагается вблизи автотрасс, имеют небольшой штат персонала и предполагают невысокие цены при современных хорошо оборудованных номерах и в целом-то приличном наборе услуг, приблизительно таких же, как в отелях среднего уровня.

В настоящее время существует еще множество разновидностей гостиничных объектов, в данной работе представлена, лишь малая часть для примера.

Стандартные службы, которые функционируют в современных гостиницах представлены следующими единицами:

- служба размещения;
- служба работы номерного фонда;
- служба по коммерческим вопросам;
- служба по техническим вопросам;
- служба по административным вопросам.

Приведенные выше службы – это минимальный перечень работающих служб для оказания базовых услуг. Однако в гостиницах высокой категории и туристско-гостиничных цепях количество работающих служб существенно выше и каждая из них обладает узкой направленностью. Рассмотрим далее некоторые из них:

1. Служба размещения – рецепция обеспечивает регистрацию, прием и размещение посетителей по номерам, расчет, бронь и отправку гостей в следующий пункт назначения. Обычно, службой руководит менеджер по размещению. В подчинении менеджера находятся: бюро по регистрации, портье, пункт

обслуживания, администраторы, швейцары, гардеробщики, кладовщики, отдел бронирования.

2. Служба по эксплуатации номерного фонда организует техническое обслуживание и устранение неполадок в жилых и вспомогательных помещениях, подготовку к заселению гостей, уборку и устранение из пользования номеров для планового или косметического ремонта [24].

Менеджер этой службы управляет группой по обслуживанию и ремонту номерного фонда, уборщицами, горничными, консьержками и т.д.

3. Одел бронирования содержит комплекс ЭВМ, которые объединены в сеть и связаны модемной связью с разными городами мира. Базовыми задачами этого комплекса являются:

- бронь номеров по заказу в конкретной гостинице;
- бронь номеров по заказу потребителей в других гостиницах;
- бронь билетов на разные виды транспорта;
- прочие задачи.

В некоторых случаях данная система разрешает, также локальные задачи непосредственно в гостинице:

- автоматический расчет с потребителями;
- планировка номерного фонда;
- расчет оплаты труда персонала;
- бухгалтерский учет, учет материальных ценностей, отчетность и пр. Крупные гостиничные цепи, как правило имеют общую систему бронирования, например, «Амадеус» и др.

Данные системы брони исполняют две базовые функции:

- бронь номеров в гостиницах;
- бронь билетов на поезда, самолеты и др.

Служба дополнительных услуг в некоторых случаях имеет свое экскурсионное бюро, личное автохозяйство (либо арендованный транспорт), особое бюро по организации туров различной направленности, которые включают в себя секретарей-референтов, переводчиков, специально оборудованные конференц-залы, комнаты, оргтехнику и пр. [25]

В состав этой службы, также входят:

- салоны красоты;
- прачечные;
- ателье и мастерские по ремонту обуви;
- комнаты бытовых услуг;
- службы присмотра за детьми;
- медицинские службы;
- химчистка;
- служба проката;
- прочие службы.

4. Служба досуга обеспечивает туристов физкультурно-оздоровительными и зрелищными услугами, включая кино, концерты, телевидение (в том числе кабельное и спутниковое), видео, работу специальных клубов и другие услуги.

5. Работу всех инженерных систем и коммуникаций (лифтовое хозяйство, энергоснабжение, тепло-, водо- и газоснабжение, эксплуатация здания и пр.) обеспечивает техническая служба во главе с техническим директором или главным инженером.

Техническая эксплуатация гостиничного комплекса осуществляется в соответствии с «Правилами технической эксплуатации гостиниц и их оборудования».

6. В некоторых туристских комплексах имеется централизованная информационно-справочная служба.

Работу гостиницы (туристско-гостиничного комплекса) возглавляет дирекция, в составе которой имеется коммерческая служба.

Как уже было отмечено ранее, набор предоставляемых услуг напрямую зависит от формата гостиничного объекта. Начиная от отелей среднего уровня, осуществляется обслуживание Гостей в номерах. Услуги по обслуживанию в номерах могут быть различными: дополнительная уборка, стирка и т. д. В данной работе речь пойдет о предоставлении услуг питания в номерах.

Обслуживание в номерах требует от работников гостиниц особой подготовки и соответствующих знаний: сервировка стола, правила подачи блюд, безупречная техника обслуживания и соблюдение правил этикета в номере.

Как правило обслуживанием в номерах занимаются официанты, в редких случаях – бармены. Количество официантов определяется в зависимости от класса гостиницы, количества проживающих в нем Гостей и

технических особенностях. На технических требованиях, которые предъявляются к отелям с обслуживанием в номерах остановимся поподробнее [27]:

1. Обязательно наличие служебных лифтов, обеспечивающих связь между этажами отеля и производства ресторана.
2. На каждом этаже гостиницы рядом со служебным лифтом желательно устроить помещение для хранения небольшого запаса столового белья, посуды, приборов, рюмок, фужеров, приготовления некоторых закусок и напитков, мытья стеклянной посуды.
3. Помещения должны соответствовать требованиям, предъявляемым к заведениям ресторанного хозяйства.

Организационная структура гостиничного предприятия может определяться назначением гостиницы, ее категорией, количеством номерного фонда гостиницы, ее месторасположением, спецификой гостей и многими другими факторами. Организационная структура гостиницы является отражением обязанностей, которые возлагаются на каждого работника.

Служба приема и размещения, или по-другому (Front office), это та служба, которая наиболее часто осуществляет взаимодействие с гостями, начиная с момента поселения гостя и до момента его выписки из гостиницы, так же эта служба реализует большинство важнейших функций гостиницы.

Front office включает в себя несколько отделов [3, с.98]:

- отдел бронирования;
- отдел службы доставки багажа;
- отдел коммутации;
- расчетно-кассовый отдел.

К персоналу службы приема и размещения относятся администраторы, менеджеры службы бронирования, портье, носильщики, телефонисты и консьержи. Не так давно в состав персонала front office отеля добавилась должность менеджера по связям с гостями, который, как правило, работает с VIP-клиентами.

Процесс обслуживания гостей в гостиницах всех категорий можно представить в виде следующих этапов:

- предварительный заказ мест в гостинице (бронирование);
- прием, регистрация и размещение гостей;
- предоставление услуг проживания и питания;
- предоставление дополнительных услуг;
- окончательный расчет и оформление выезда.

Бронирование номеров в гостинице, регистрация гостей при поселении, расчет за проживание и за оказанные гостиницей услуги, оформление выезда, все это происходит в службе приема и размещения, где работает дежурный администратор, портье, кассир и паспортистка. Во многих гостиницах России эта служба имеет английское название «RECEPTION».

Услуги проживания может оказывать персонал гостиницы (сервисное и номерное обслуживание), а также персонал других предприятий (предприятия торговли, парикмахерские, медпункт и т.д.), расположенных в гостинице.

Персонал службы приема и размещения осуществляет основное взаимодействие с клиентами и имеет самый длительный контакт с ними. Первое впечатление у гостя о гостинице складывается именно от знакомства с этой службой, так как она является главной «точкой соприкосновения», по которой оценивается качество обслуживания отеля в целом.

Основными функциями службы Front office являются:

- обеспечение максимальной загрузки гостиницы;
- прием размещение гостиница регистрация
- обеспечение гостей информацией о гостинице, местных достопримечательностях и любой другой интересующей гостя информацией;
- распределение номеров и учет свободных мест в гостинице;
- приветствие гостя и выполнение необходимых формальностей при заезде и выезде;
- подготовка и выписка счетов за предоставленные услуги и производство окончательного расчета с гостями.

Служба приема и размещения осуществляет контроль над номерным фондом гостиницы, ведя картотеку занятости номеров и наличия свободных мест, и выполняет функции информационного центра.

Информация через службу портье движется в двух направлениях: к гостям (информирование о видах обслуживания, предоставляемых гостиницей, о местных достопримечательностях, о работе городского транспорта и др.) и в различные подразделения гостиничного предприятия (о потребностях клиентов).

Загрузка гостиницы зависит от сезона, деловой активности в данном районе, экономической и политической ситуации. Во время политической нестабильности интерес туристов к данной местности снижается из-за невозможности обеспечить безопасность пребывания. В пик сезона гостиница может пойти на двойное бронирование.

Двойное бронирование – это подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум клиентам на одну и ту же дату. Выбирая такой путь, гостиница идет на риск, если приедут оба клиента. Возможно, что кто-то из них аннулирует заявку за некоторое время до заезда или просто не приедет в назначенный день. В этом случае риск оказывается оправданным, но если оба клиента приехали в гостиницу, то место получает тот, кто приехал раньше [6, с.86].

Отдел бронирования должен постоянно взаимодействовать со службой приема и размещения, которая дает информацию о загрузке номеров в текущее время. При неверном составлении отчета о загрузке, менеджеры могут сделать не правильный прогноз загрузки. Следующая часть операционного процесса - расселение - состоит в свою очередь из встречи, регистрации, вручения ключа, сопровождения до номера. Возможны два вида встреч: в аэропорту или на вокзале (на дальних подступах); около входа в гостиницу или в вестибюле (на ближних подступах).

Встреча на дальних подступах позволяет до прибытия в гостиницу познакомиться с гостем, составить или скорректировать программу обслуживания, рассказать о гостинице и предоставляемых услугах. О такой встрече договариваются при бронировании. В отелях высокого класса гостей встречает швейцар, который приветствует их у входа. Гостям, прибывшим на автомобилях, помогает открыть двери машины и выйти из нее, при необходимости объясняет правила стоянки автотранспорта у отеля. Также швейцар оказывает помощь в разгрузке багажа из машины, доставляет его до службы приема и размещения.

В небольших гостиницах гость подходит к стойке службы приема и размещения, где его приветствует администратор. Служащий стойки приема должен дать гостю понять, что его заметили. Встречать клиента нужно приветствием. Если клиент приезжает в гостиницу не первый раз, то желательно обратиться к нему по имени, это произведет положительное впечатление.

Различают два типа клиентов, которые прибывают для регистрации. Одни из них заранее забронировали места в гостинице, другие - нет. Поселение в гостиницу клиентов по брони в автоматизированных гостиницах занимает несколько минут. При предварительном заказе данные о клиенте уже известны из заявки на бронирование. Администратор уточняет номер заявки, выбирает необходимый модуль в компьютерной системе и производит регистрацию. От гостя требуется только подписать регистрационную карточку. Процесс регистрации гостей без предварительного бронирования занимает больше времени. В данном случае администратор учитывает характер размещения, необходимого гостю.

Кроме документов, которые передаются гостю, администратор заполняет документы внутреннего пользования. В автоматизированных гостиницах все эти документы формируются автоматически после внесения данных гостя при регистрации. На этаже дежурные по этажу или заведующая секцией заполняют список проживающих на этаже. По шахматке дежурный по этажу составляет ежедневно наряд на уборку номеров с указанием вида уборки и горничной, которая будет ее проводить [23].

В некоторых случаях в номер может быть поставлена дополнительная кровать или раскладушка. Это происходит, когда в гостинице нет мест или если туристы хотят жить в одном номере, а в гостинице нет свободных многоместных номеров. Дополнительную кровать ставят также для ребенка, если этого хочет гость. Оплата дополнительного места производится в размере 50% от основного места в стандартном номере и 100% в номере высшей категории [19].

Но не во всех гостиницах есть такая дополнительная услуга. В гостиницах высокого класса есть номера с кроватями для детей или диваны в многокомнатных номерах.

Оплата за проживание производится в соответствии единым расчетным часом – 12 часов текущих суток по местному времени. Расчет оплаты за проживание начинают считать с 12 часов той даты, когда гость заехал, независимо от фактического часа заезда. При проживании менее суток оплата взимается за целые сутки независимо от расчетного часа.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 02.07.2021 № 352-ФЗ) [Электронный ресурс]: официальный сайт Консультант Плюс – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/#dst845](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/#dst845) – Загл. с экрана.
2. ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513:2003). Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги.

- Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения (утв. и введен в действие Приказом Ростехрегулирования от 03.11.2009 № 496-ст). [Электронный ресурс]: официальный сайт Консультант Плюс – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/law/podborki/gost\\_gostinichnye\\_uslugi/](http://www.consultant.ru/law/podborki/gost_gostinichnye_uslugi/)– Загл. с экрана.
3. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 338 с.
4. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 191 с.
5. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 397 с.
6. Ефремова, М. В. Управление качеством гостиничных услуг : учебник и практикум для вузов / М. В. Ефремова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 350 с.
7. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 318 с.
8. Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 502 с.
9. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с.
10. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 198 с.
11. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с.
12. Николенко, П. Г. Организация гостиничного дела : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Клюева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 449 с.
13. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 317 с.
14. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с.
15. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 297 с.
16. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 300 с.
17. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 205 с.
18. Чуваткин, П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий : учебник для вузов / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов ; под редакцией П. П. Чуваткина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 280 с.
19. Большакова, В. Е. Особенности рынка гостиничных услуг в Российской Федерации / В.Е. Большакова // Экономические науки [Электронный ресурс] / Экономические науки. - Электрон, дан. - Москва, 2019. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-rynka-gostinichnyh-uslug-v-rossiyskoy-federatsi>.
20. Волкова, И. А. Анимация как вид культурно - досуговой деятельности / И.А. Волкова // Национальная ассоциация ученых [Электронный ресурс] / Экономические науки. - Электрон, дан. - Москва, 2020. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/animatsiya-kak-vid-kulturno-dosugovoy-deyatelnosti>
21. Гапоненко Т. В., Жуковский Д. А. Тенденции развития российского рынка услуг // Вестник БГУ [Электронный ресурс] / Вестник БГУ. - Электрон, дан. - Москва, 2020. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-rossiyskogo-rynka-telekommunikatsionnyh-uslug>
22. Козырева И.В. Специфика среды комфортного пребывания иностранных туристов в средствах размещения (на примере города Барнаула) // Наука и туризм: стратегии взаимодействия [Электронный ресурс] / Наука и туризм: стратегии взаимодействия. - Электрон, дан. - Москва, 2018. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-sredy-komfortnogo-prebyvaniya-inostrannyh-turistov-v-sredstvah-razmesheniya-na-primere-goroda-barnaula>

23. Милова Д.Н. Способы продвижения гостиничных услуг с учетом тенденций развития отельного бизнеса // Вестник ГУУ [Электронный ресурс] / Вестник ГУУ. - Электрон, дан. - Москва, 2018. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-prodvizheniya-gostinichnyh-uslug-s-uchetom-tendentsiy-razvitiya-otel'nogo-biznesa>
24. Оборин М. С. Стратегические направления развития гостиничной индустрии // Сервис +. [Электронный ресурс] / Сервис +. - Электрон, дан. - Москва, 2020. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskie-napravleniya-razvitiya-gostinichnoy-industrii>.
25. Скабеева Л. И. Безопасность и качество гостиничных услуг в современных условиях // Сервис +. [Электронный ресурс] / Сервис +. - Электрон, дан. - Москва, 2021. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/bezopasnost-i-kachestvo-gostinichnyh-uslug-v-sovremennyh-usloviyah>
26. Темирбекова А.З., Азизова Г.Р. Рекомендации по разработке и внедрению корпоративных стандартов обслуживания в гостинице в условиях пандемии // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса [Электронный ресурс] / Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. - Электрон, дан. - Москва, 2021. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rekomendatsii-po-razrabotke-i-vnedreniyu-korporativnyh-standartov-obsluzhivaniya-v-gostinitse-v-usloviyah-pandemii>
27. Федорчукова С.Г. Инновационные походы к организации культурно-досуговой деятельности в сфере гостеприимства // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса [Электронный ресурс] / Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. - Электрон, дан. - Москва, 2020. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-pohody-k-organizatsii-kulturno-dosugovoy-deyatelnosti-v-sfere-gostepriimstva>
28. Федоряка А. М. Основные направления развития маркетинговой деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства // Российские регионы: взгляд в будущее [Электронный ресурс] / Российские регионы: взгляд в будущее. - Электрон, дан. - Москва, 2018. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-razvitiya-marketingovoy-deyatelnosti-na-predpriyatiyah-industrii-gostepriimstva>
29. Чуракова А. А. Влияние цифровизации на развитие гостиничного бизнеса // Журнал прикладных исследований [Электронный ресурс] / Российские регионы: взгляд в будущее. - Электрон, дан. - Москва, 2021. - Заглавие с экрана. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovizatsii-na-razvitie-gostinichnogo-biznesa>
30. Акция с кешбэком — 2022: сроки и правила участия для отелей и гостей [Электронный ресурс]: официальный сайт Travelline – Режим доступа: <https://www.travelline.ru/blog/aktsiya-s-keshbekom-2022-sroki-i-pravila-uchastiya-dlya-oteley-i-gostey>. – Загл. с экрана.
31. В отеле США заработал Робобар [Электронный ресурс]: официальный сайт Buyingbusinessstravel – Режим доступа: <https://buyingbusinessstravel.com.ru/news/accomodation/16637-v-otele-ssha-zarabotal-robo-bar>. – Загл. с экрана.
32. В японском отеле предлагают протестировать тапочки на автопилоте и «умную» мебель [Электронный ресурс]: официальный сайт Prohotelia – Режим доступа: <http://prohotelia.com/2018/02/propilot-park-ryokan>. – Загл. с экрана.
33. Восемь гостиниц построили в столице в 2021 году [Электронный ресурс]: официальный сайт Комплекса градостроительной политики и строительства Москвы – Режим доступа: <https://stroj.mos.ru/news/vosiem-ghostinits-postroili-v-stolitsie-v-proshlom-ghodu-bochkariov>. – Загл. с экрана.
34. Гостиничный рынок в России восстанавливается до предпандемийного уровня за счет роста внутреннего туризма [Электронный ресурс]: официальный сайт Коммерсантъ – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5151879>. – Загл. с экрана.
35. Настройка таргетированной рекламы во ВКонтакте: пошаговая инструкция [Электронный ресурс]: официальный сайт Workingplain – Режим доступа: <https://workingplain.ru/?yadclid=91003255&yadordid=175021545&yclid=7739755545019809791> – Загл. с экрана.
36. Отель Plaza воссоздал атмосферу «Один дома-2» к 25-летию фильма. [Электронный ресурс]: официальный сайт Prohotelia – Режим доступа: <http://prohotelia.com/2017/11/home-alone-2-the-plaza>. – Загл. с экрана.
37. Расход окупаемости проекта [Электронный ресурс]. официальный сайт B-i-plan – Режим доступа: <http://www.b-i-plan.ru/raschet-okupaemosti-proekta>. – Загл. с экрана.
38. Ростуризм: 56 млн человек совершили турпоездки по России в 2021 году [Электронный ресурс]: официальный сайт Интерфакс – Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84274>. – Загл. с

экрана.

39. Сайт ООО «Алтай» [Электронный ресурс]: официальный сайт ООО «Алтай» – Режим доступа: <https://hotel-altai22.ru> – Загл. с экрана.

40. Тарифы таплинк [Электронный ресурс]. официальный сайт Taplink – Режим доступа: <https://taplink.ru/tariffs>. – Загл. с экрана.

41. Финансовая (бухгалтерская) отчетность по данным ФНС и Росстата [Электронный ресурс]: официальный сайт list-org – Режим доступа: <https://www.list-org.com/company/12051422/report> – Загл. с экрана.

42. Фото аккаунта ООО «Алтай» в Пинтерест [Электронный ресурс]: официальный аккаунт ООО «Алтай» в Пинтерест – Режим доступа: <https://www.pinterest.ru/hotelaltai2019> – Загл. с экрана.

*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/diplomnaya-rabota/239184>