	МИНОБРНАУКИ РОССИИ
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
	«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
	Академический колледж

ОТЧЕТ ПО
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ
 по профессиональному модулю
 ПМ.03 Организация обслуживания гостей в процессе проживания
 ПМ.04 Продажи гостиничного продукта
 программы подготовки специалистов среднего звена
 43.02.11 «Гостиничный сервис»

период с «01» декабря по «28» декабря 2021 года

Студент группы СО-ГС-19 _____ *С.В. Григорьева*
 подпись Григорьева С.В.

Наименование предприятия: ООО «Меридиан Менеджмент»

Руководитель практики от предприятия _____ *А.А. Тищенко*
 подпись Тищенко А.А.

Отчет защищен:

с оценкой Отлично Руководитель практики от ООО Беленькая Ж.А.
 Беленькая Ж.А.

Владивосток 2021

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Меридиан Менеджмент».....	4
1.1 История создания и развития предприятия.....	4
1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия.....	4
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	6
1.4 Перспективы развития предприятия	10
2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Меридиан Менеджмент».....	11
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	11
3 Технология продвижения и стимулирования продаж гостиничного продукта.....	15
4 Система обеспечения безопасности.....	17
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	19
6 Индивидуальное задание.....	24
Заключение.....	25
Список использованных источников.....	26
Приложение А. Схема проезда.....	27
Приложение Б. Холл ООО «Меридиан Менеджмент».....	28
Приложение В. Номера ООО «Меридиан Менеджмент».....	30
Приложение Г. Ресторан «Купол».....	31

Введение

На сегодняшний день смело можно говорить о развитии гостиничного бизнеса, ведь с каждым днем появляется все больше различных гостиничных центров и предприятий. Создание больших гостиничных цепей позволило упростить поиск необходимой информации, ресурсов, а также упростило процесс поиска нужных кадров. Индустрия гостеприимства, как одна из крупнейших отраслей мировой экономики, бурно развивается. Это происходит благодаря социальному, экономическому и политическому прогрессу.

Гостиничный бизнес – неотъемлемая часть индустрии гостеприимства – напрямую зависит от уровня расходов своих клиентов. В современных условиях, особенно в крупных мегаполисах, гостиницы буквально вынуждены бороться за «место под солнцем». Чтобы не только сохранить бизнес, но и развиваться, гостинице необходимы средства, получить которые можно только у клиента. Следовательно, предприятие этой сферы бизнеса должно уметь не только привлекать, но и стимулировать клиента приобретать гостиничные услуги.

Выделяют несколько основных направлений, по которым развивается гостиничный бизнес. Основные из них тесно связаны с расширением услуг, которые предлагают гостиницы. Современная гостиница – это не только крыша над головой, но и место, в котором можно прекрасно провести досуг, отдохнуть и посетить интересное мероприятие и др. Учет индивидуальных потребностей каждого посетителя, предоставление разнообразных телекоммуникационных услуг.

В соответствии с учебным планом я проходила учебную практику с 1 декабря 2021 г. по 28 декабря 2021 г. в ООО «Меридиан Менеджмент».

Целью прохождения практики является: сбор материалов, приобретение практических навыков самостоятельной работы основных функциональных подразделениях организации (предприятия) гостиничного сервиса и изучение его работы.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- анализ состава и структуры службы обслуживания предприятия;
- работа с основными фондами гостиничных предприятий;
- сбор и анализ информации о ценах;
- выбор средств распространения рекламы и определение их эффективности;
- применение должностных инструкций службы обслуживания персонала в процессе осуществления работ;
- формулирование содержания рекламных материалов;

При написании отчета были использованы материалы из учебной и дополнительной литературы, а также интернет ресурсы, статистические сборники, периодические источники.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Меридиан Менеджмент»

1.1 История создания и развития предприятия

Отель Меридиан расположен в самом живописном районе мыса Чуркин вдали от городской суеты и шумных дорог. Отель ООО "Меридиан Менеджмент" – это современный комфортабельный комплекс европейского уровня, расположенный в одном из самых живописных районов г. Владивостока [1].

ООО «Меридиан Менеджмент» на рынке более 18 лет. ООО «Бартер» – это управляющая компания гостиницы Меридиан. Также гостиница работает еще по 6 направлениям.

Из окон отеля открывается великолепный вид на деловой центр города, бухту Золотой Рог и мост. Недалеко от гостиницы расположен Владивостокский Рыбный Порт, Краевой Диагностический Центр, множество магазинов и кафе. Адрес: г. Владивосток, ул. Очаковская, 5

1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия

«Меридиан Менеджмент» – это общество с ограниченной ответственностью; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

Основным нормативным документом ООО «Меридиан Менеджмент» является устав, согласно которому:

- общество создано без ограничения срока его деятельности.
- целью Общества является извлечение прибыли и удовлетворение общественных потребностей населения.
- общество имеет гражданские права и несет гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами Российской Федерации.
- общество осуществляет виды деятельности – оказание бытовых услуг населению; предоставление комплекса гостиничных и сервисных услуг организациям, предприятиям и физическим лицам Российской Федерации, стран СНГ; предоставление проживающим в гостинице дополнительных платных и бесплатных услуг бытового назначения; оказание транспортных услуг; оказание услуг связи населению; сдача помещений в аренду; оказание туристических услуг; осуществление торгово–закупочной деятельности;

– отдельными видами деятельности, перечень которых определяется федеральными законами, Общество может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии). Такую деятельность Общество осуществляет с момента получения лицензии и до истечения срока ее действия, если иное не установлено законом или иными правовыми актам

По закону до потребителя требуется донести такие сведения, как:

- официальная регистрация формы, изготавливающей, продающей продукт или исполняющей услуги;
- регистрирующее ведомство;
- наличие лицензии и аккредитации для определенных сфер деятельности.

Все обязательные к размещению сведения содержат и правила продажи отдельных видов товаров. Согласно ст. 14.5 Административного кодекса предпринимателей, нарушивших правила, ожидает ответственность.

В ООО «Меридиан Менеджмент» имеются следующие учредительные документы:

- правила противопожарного режима в РФ;
- памятка руководителю группы;
- свидетельство о постановке на учет Российской Организации в налоговом органе по месту нахождения на территории РФ;
- бесплатные услуги
- сертификат соответствия;
- свидетельство о государственной регистрации юридического лица;
- правила предоставления гостиничных услуг
- приказ «О ценах на ущерб имущества отеля»;
- лицензия на осуществление розничной продажи алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания;
- свидетельство о присвоении категории объекту туристской индустрии «три» звезды;
- лицензионный договор о публичном исполнении обнародованных произведений;
- правила торговли;
- договор о выплате вознаграждения за публичное исполнение фонограмм, опубликованных в коммерческих целях;
- постановление об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации;
- постановление об утверждении Правил оказания услуг общественного питания.

Таким образом, следует отметить, что отель ООО «Меридиан Менеджмент» полностью контролирует свою деятельность в рамках закона Российской Федерации.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура управления – это упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых отношениях, обеспечивающих их развитие и функционирование как единого целого. Выстраивание организационной структуры преследует одну цель – удовлетворение потребностей клиентов при лучшей управляемости, меньших финансовых и трудовых затратах. Качество обслуживания гостей напрямую зависит от грамотно выстроенной организационной структуры управления отелем.

Организационная структура управления ООО «Меридиан Менеджмент» направлена на качественное решение задач. Структура управления оказывает огромное влияние на все стороны управления, так как связана с ключевыми понятиями менеджмента – целями, функциями, процессом, механизмом, функционирования, полномочиями людей. Поэтому менеджеры всех уровней уделяют огромное внимание принципам и методам формирования структур, выбору типа или комбинаций типов структур, изучению тенденций их построения, оценке их соответствия решаемым целям и задачам.

В отеле имеется Административная служба. Эта служба включает в себя: отдел кадров, расчетную часть, секретариат.

Все финансовые вопросы отеля решает бухгалтерия. В состав этого подразделения входят: главный бухгалтер, заместитель главного бухгалтера. По выполнению определенных операций в расчетной части отеля существует специализация бухгалтеров. В таком случае один бухгалтер обрабатывает платежные документы, которые поступают из служб приема и размещения и связаны с приемом оплаты за проживание и дополнительные платные услуги. А у другого бухгалтера имеется своя финансовая документация, которая поступает из службы питания.

Так же неотъемлемой частью гостиницы ООО «Меридиан Менеджмент» является служба питания. Эта служба обеспечивает питанием клиентов в ресторане, кафе, барах: проводит обслуживание мероприятий, банкетов: несет ответственность за приготовление пищи, хранение напитков и продуктов: за уборку помещений на кухне, мытье посуды: занимается приемом заказов и доставкой пищи в номера.

Служба питания в отеле включает в себя: отдел банкетного обслуживания, отдел барного обслуживания, службу обслуживания на этажах, службу стюардинга, столовую для персонала, отдел ресторанного обслуживания, кухню. Возглавляет службу организации питания менеджер [2].

Структура управления предприятия представлена на рисунке 1.

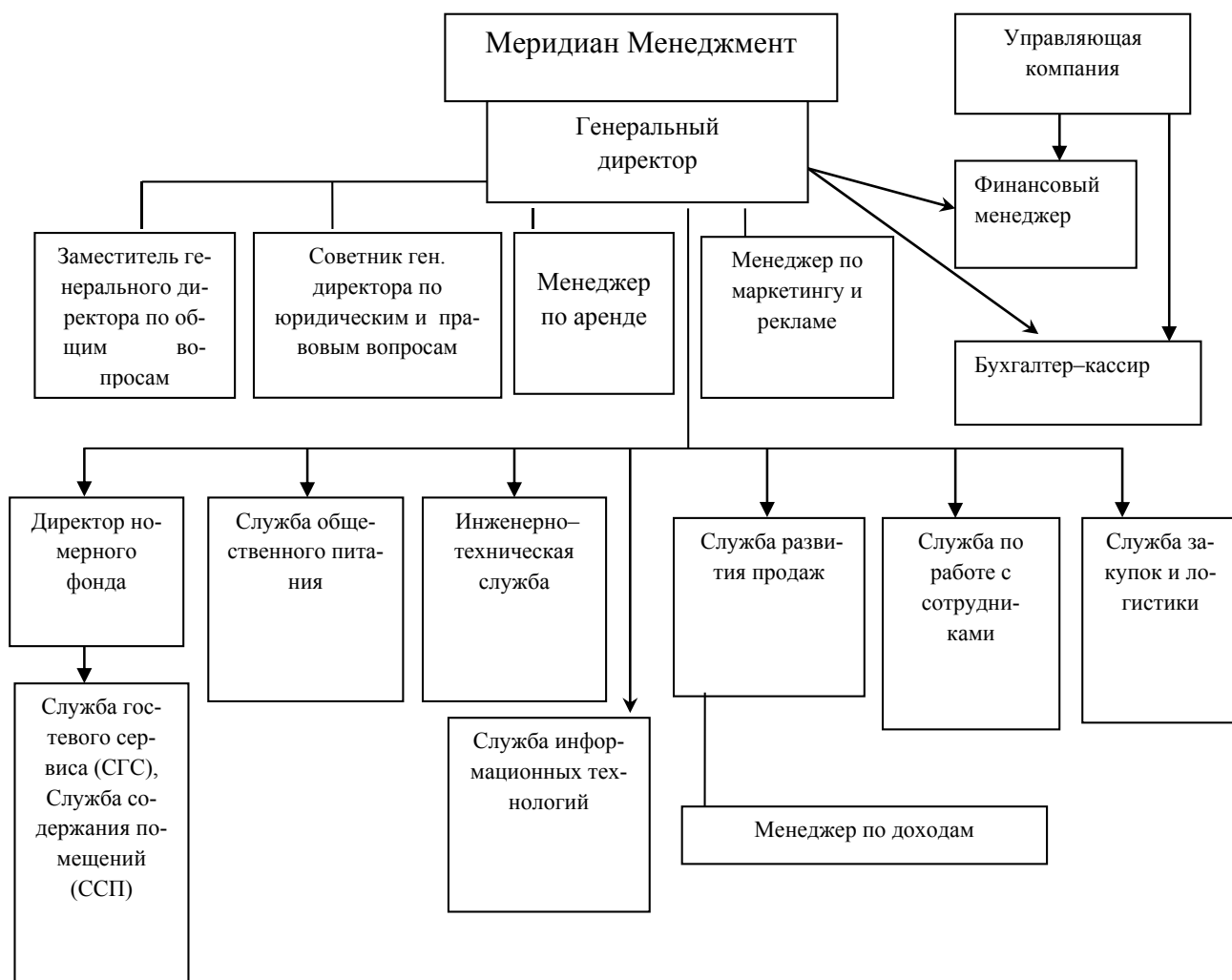


Рисунок 1 – Организационная структура ООО «Меридиан Менеджмент»

К важнейшим функциям генерального директора ООО «Меридиан Менеджмент» относятся:

- Принятие ориентированных на выбранный рыночный сегмент решений, сфокусированных на удовлетворении потребностей клиентов.
- Определение общих направлений и приоритетов политики предприятия в рамках поставленных задач и целей, проведение финансовой политики организации.

Генеральный директор совместно с учредителями гостиничного предприятия «Меридиан Менеджмент» определяют круг поставщиков, окончательно утверждают стратегию тактику деятельности гостиницы.

Генеральный директор осуществляет оперативное управление деятельностью ООО «Меридиан Менеджмент», свою деятельность он осуществляет в соответствии с действующим законодательством РФ, а также на основании Устава гостиницы. Управляющая гостиницей

отвечает за качество подготовки номерного фонда перед заселением клиентов, контролирует состояние бытовой техники, мебели гостиницы.

Директор службы номерного фонда гостиничного предприятия «Меридиан» несет ответственность за создание основных гостиничных услуг и поддержание номерного фонда в соответствии с принятыми на предприятии стандартами.

На администраторов, специалистов службы номерного фонда ООО «Меридиан Менеджмент» (в том числе, на директора) возлагаются следующие основные функции:

- Прием и регистрация посетителей, оформление необходимой документации.
- Обслуживание и консультирование посетителей, по вопросам, касающимся оказываемых услуг.
- Обеспечение контроля за соблюдением подчиненными работниками трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда и пожарной безопасности, своевременностью и качеством подготовки номеров и мест к заселению; сохранностью материальных ценностей; своевременностью оплаты за проживание в гостинице и предоставляемые услуги.
- Информирование руководства об имеющихся недостатках в обслуживании посетителей, принимаемых мерах по их ликвидации.

Важное место в сервисной деятельности занимает отдел хозяйственной службы это – руководители службы, старшие горничные, горничные. В должностные обязанности горничных ООО «Меридиан Менеджмент» входит [3]:

- уборка и содержание в чистоте жилых номеров гостиничного предприятия, санузлов и других закрепленных помещений;
- осуществление смены постельного белья и полотенец в сроки предусмотренные правилами пользования и внутреннего распорядка гостиницы, уборка постели;
- принятие номера от проживающих при их выезде;
- при обнаружении порчи имущества и оборудования проживающими сообщить администратору;
- принятие от проживающих заказов на бытовые услуги и обеспечение их своевременного выполнения;
- соблюдение правил техники безопасности, этических норм общения с проживающими.

Очень важным в обеспечении конкурентоспособности данного средства размещения является четкое соблюдение горничными основных правил выполнения уборочных работ:

- заходить в номер только с разрешения гостя;
- заходить в номер только со стуком дважды, интервал 50–30 секунд;
- не трогать личные вещи клиента;

- не открывать шкафы, тумбочки с личными вещами клиентов;
- не выкидывать порченные продукты из холодильника без разрешения клиента.

Характеристика и функции служб ООО «Меридиан Менеджмент» представлены таблице 1.

Таблица 1 – Функциональные обязанности служб ООО «Меридиан Менеджмент»

Служба	Функции
1	2
Служба Front Desk (Гостевого сервиса)	Эта служба реализует большое число важнейших функций. Отдел приема и распределения производит бронирование, регистрирует гостей и распределяет номера, принимает почту, телеграммы и письма.
Служба обслуживания номеров	Содержание всех номеров, помещений, коридоров, общественных мест чистыми и в порядке.
Бухгалтерия	Отвечает за выполнение всех финансовых операций отеля, следит за поступлением доходов и контролирует производимые расходы, включая заработную плату.
Отдел снабжения	Покупка всех необходимых для гостиницы товаров. Этот отдел должен выбирать товары лучшего качества, основываясь на заказах и спецификациях, а также подтверждать необходимость покупки данного товара и приемлемость.
Отдел охраны	Отвечает за безопасность всех гостей и работников. Посты отдела охраны распределены по всему отелю. Другие работники отвечают за поиск и устранение Отдел различных поломок, а также стараются предотвратить их. Отдел занимается охраной собственности гостей и отеля
Прачечная	Отвечает за обеспечение Хозяйственного отдела чистым бельем ежедневно. В этом отделе предоставляются услуги по химчистке и стирке белья

Как и другие службы гостиницы, административная служба находится в подчинении генерального директора ООО «Меридиан Менеджмент», который занимается, принимая во внимание небольшие масштабы деятельности данного гостиничного предприятия, планированием, координацией, контролем деятельности данной службы.

Менеджер по персоналу, входящий в состав административной службы ООО «Меридиан Менеджмент», вопросы подбора, расстановки и повышения квалификации кадров. В его обязанности также входит ведение личных дел всех сотрудников гостиничного предприятия.

Служба безопасности ООО «Меридиан Менеджмент» поддерживает порядок и безопасность, так как гостиница несет ответственность за обеспечение безопасности своих клиентов.

1.4 Перспективы развития предприятия

На каждом предприятии должна быть разработана система управления изменениями с ее центральной частью при руководстве и соответствующими группами в основных структурных единицах.

Назначение системы — своевременно формулировать цели развития, ставить проблемы и задачи, находить способы и организовывать достижение целей.

У гостиницы «Меридиан» есть следующие возможности для дальнейших перспектив:

- Расширение компании, открытие отелей под этим же брендом
- Улучшение качества обслуживания и сокращение времени на обслуживание
- Ориентирование на более широкий сегмент потребителей
- Официальное присвоение категории 4 звезды, что приведет к увеличению потока клиентов.
- Включение гостиницы в глобальную сеть резервирования.
- Увеличение эффективности работы гостиницы за счет инновационной деятельности
- Возможность роста рынка гостиничных услуг, при эффективном использовании имеющихся турресурсов и инфраструктуры.
- Высокий платежеспособный спрос и стабильная социально–экономическая ситуация в гостинице.
- Устойчивое восприятие образа Приморского края как территории, привлекательной для внутреннего туризма группами потребителей (внутри края, страны, за рубежом).

В настоящее время для выживания на рынке и сохранения конкурентоспособности все предприятия должны время от времени вносить изменения в свою хозяйственную деятельность.

Отель ООО «Меридиан Менеджмент» большое перспективное будущее. Это отель каждый год посещают большое количество гостей. Его посещают не только туристы, путешествующие внутри страны, но и зарубежные гости, люди приезжающие в город на заработки и решающие какие–либо бизнес вопросы. Это делает отель еще более перспективным и значимым для окружающих [4].

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Меридиан Менеджмент»

2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии ООО «Меридиан Менеджмент». Культура предприятия.

Под технологией обслуживания в средствах временного размещения понимается весь спектр предоставляемых клиентам услуг, от возможности онлайн-бронирования до доставки еды в номер. Согласно международным стандартам, качественное обслуживание клиента предполагает не только удовлетворение его потребностей, но и некоторое предугадывание желаний. Качественное обслуживание гостей в гостинице – это неукоснительное соблюдение стандартов оказания услуг [5].

Строгое соблюдение технологии обслуживания способно значительно повлиять на количество клиентов, улучшить их впечатления от отеля, а значит, добиться повторного посещения и, в итоге, повышения прибыли. Стоимость услуг размещения в гостинице представлена в таблице 2, в стоимость проживания включен завтрак.

Таблица 2 – Стоимость номеров ООО «Меридиан Менеджмент»

Категория номеров	Цена за номер
Номер «Стандартный А»	От 3500 рублей
Номер «Стандартный В»	От 3800 рублей
Номер «Стандартный С»	От 4000 рублей
Номер «Стандартный D»	От 7000 рублей
Номер «Люкс А»	От 4500 рублей
Номер «Люкс В»	От 5000 рублей
Номер «Студия»	От 7500 рублей
Номер категории VIP	От 14000 рублей

Из таблицы видно, что цены на услуги размещения в гостинице находятся в среднем ценовом диапазоне. В гостинице существуют следующие категории номеров (Приложение Б):

– Люкс: лучший выбор для тех, кто предпочитает высокое качество обслуживания и удобство во всем. 2-комнатный номер площадью 23 м² состоит из спальни и гостиной. «Люксы» могут служить прекрасными апартаментами для новобрачных, а также очень удобны для проживания семейной пары.

– Студия: удобный вариант размещения для тех, кто любит комфорт, уединение и тишину. Свободная планировка комнаты площадью 29 м², с выделенными зонами для сна, отдыха и работы, создает особую атмосферу, а большие панорамные окна позволяют любоваться

прекрасным видом на море и город. Номера «студии», расположенные на 7-ом этаже отеля «Меридиан», имеют все, что нужно для длительного проживания.

– Стандартные номера: Оптимальный вариант для тех, кто ценит комфорт и качество в сочетании с доступностью. «Стандарты» пользуются заслуженной популярностью среди клиентов, благодаря удачному соотношению «цена–качество». Уютные 1 и 2-комнатные номера укомплектованы всем необходимым для отдыха и работы.

– VIP: На 7-м этаже отеля «Меридиан» находятся 2-комнатные VIP-номера – роскошные апартаменты, отличающиеся индивидуальным дизайном и повышенной степенью комфорта. Просторный номер площадью 90 м² сочетает в себе отдельные спальню и гостиную. Удобная обстановка и мягкие цвета интерьера создают атмосферу уюта и покоя. Из окон номера открывается прекрасный вид на Владивосток и бухту Золотой Рог, создавая отличное настроение на весь день. Кроме того, все номера категории VIP дополнительно оснащены современной системой кондиционирования и обслуживаются с особым вниманием.

Подробная комплектация номеров гостиницы дается в приложении. Основные должностные обязанности сотрудников гостиницы представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Основные должностные обязанности персонала ООО «Меридиан Менеджмент»

№ п/п	Должность по штатному расписанию	Основные обязанности
1	2	3
Служба приёма		
1	Дежурный администратор	Предоставление номеров и мест приезжающим. Производство расчётов за проживание и предоставление платных услуг.
3	Бухгалтер	Производит расчётную часть с администрацией, с горничными, с АХО, с сауной и т.д.
Служба обслуживания		
4	Коридорный	Доставляет багаж в номер. Сопровождает гостя в номер и особо важно – давать информацию об услугах гостиницы.
Служба номерного фонда		
5	Старшая горничная	Несёт ответственность за имуществом гостиницы, смотрит за выполнением работы горничных, сдаёт отчёт по номерам;
6	Горничная	Организация уборки номера. Контроль за исправностью санитарно – технического и другого оборудования в номере;
7	Рабочие	Осуществляет ремонт в номере, какой – либо сложности виде исправление санузла, электрических приборов и т.д.

Продолжение таблицы 3

Служба безопасности		
8	Охрана	Контроль за исправностью и общим состоянием приборов пожарной тревоги, аварийных осветительных средств, огнетушителей;
Служба питания и напитков		
9	Служба питания	Обеспечение туристов питанием, технология предоставление блюд и напитков;
10	Официант	Принимает заказ, оказывает помощь при выборе блюд;

Меридиан предназначен для проживания путешественников и туристов, традиционно предъявляющих повышенные требования к уровню комфорта в номерах. Отель объединяет в себе эргономичный дизайн и высокие технологии, создающие уютную атмосферу для комфортного отдыха. Концепция номеров воплощает опыт работы в индустрии гостеприимства и учитывает потребности современных гостей. Каждая деталь номера работает на создание уютной атмосферы для комфортного проживания.

Всех потребителей услуг гостиницы можно разделить на 3 группы [6]:

1 «Деловые люди» – это лица, которые путешествуют для ведения бизнеса. Как правило, у них ограничены сроки пребывания, обычно 3–4 дня. Индивидуальные бизнесмены являются экономически выгодными для гостиниц, так как они обеспечивают гостиницам гарантийную загрузку в запланированном отрезке времени в период деловой активности.

2 «Отдыхающие туристы» – это лица, которые посещают страну (место) временного оздоровительных, познавательных, профессионально–деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки. Как правило, они платят за спальное место; питаются в кафе, ресторанах; покупают сувениры; посещают развлекательные и культурные учреждения.

3 «Молодожены» – обычно являются лояльными гостями. Номера для молодоженов представляют собой оазис романтики и особого шика. Брачующиеся предпочитают забронировать специально предусмотренный номер для молодоженов, так как все детали сервиса предоставят молодоженам незабываемый отдых. Молодоженов устраивают разные расценки и категории, в основном гости предпочитают номера «Люкс» и «Студия»

Таким образом, гостиничная индустрия предоставляет разнообразный сегмент видов услуг, которыми пользуются деловые люди, отдыхающие туристы, тем самым формируя постоянную загрузку гостиницы.

Успешная работа гостиничного комплекса зависит от многих факторов. Как и всякая сложная система, ООО «Меридиан Менеджмент» начинается с замысла его создателя и заканчивается контролем и его функционированием. Так же к важному фактору, влияющего на

успех в гостиничном бизнесе можно отнести такой аспект, как культура предприятия, т.е. культура обслуживания, манера общения с клиентами и даже внутренний интерьер предприятия общественного питания и т.д. По таким принципам строятся социально – психологические отношения в предприятии.

Обслуживание – это деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги. От подготовки к обслуживанию гостиничного работника и его профессиональности в процессе работы зависит настроение людей, пришедших в гостиницу, а также впечатление о предприятии.

Культура предприятия – это набор ценностей и убеждений, направляющий на определенные действия и поведения людей. Культура предприятия имеет определенную структуру, которая заключается в предположениях, ценностях, верованиях и символов. На формирование культуры огромное влияние оказывает внешняя и внутренняя среда.

Корпоративную культуру ООО «Меридиан Менеджмент» можно определить как систему коллективно–разделяемых ценностей, убеждений, традиций, стереотипов и норм поведения, она выполняет функцию внутренней интеграции всех сотрудников компании, как управленческого, так и обслуживающего персонала.

В гостиничной деятельности ООО «Меридиан Менеджмент» компонентами культуры являются: материальная база, выполнение стандартов качества, структура управления, грамотно обученный персонал, контрольные и корректирующие мероприятия, мотивация к труду [10].

Функции культуры в ООО «Меридиан Менеджмент»:

- формирование оригинального имиджа;
- усиление вовлеченности персонала в дела предприятия и преданности ему;
- культивирование чувства общности всех членов предприятия;
- усиление системы социальной стабильности, обеспечение стандартов поведения, формирование и контроль формы поведения и восприятия.

Таким образом, для сотрудников предприятия ООО «Меридиан Менеджмент» культура предприятия заключается в многих факторах, а именно – это дружеские взаимоотношения с коллегами, возможность профессионального роста, материальные льготы и вознаграждения, поздравления сотрудников с повышением по службе, днем рождения или профессиональным праздником, чувство принадлежности к чему–то значительному, информированность персонала о планах и состоянии дел на предприятии.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж гостиничного продукта

Стимулирование продаж гостиничного продукта ООО «Меридиан» реализует следующие цели: поощрение потребителей (гостей), формирование приверженности к гостинице у представителей розничных туристических агентств.

Конкретными методами стимулирования потребителей (гостей) являются:

- установление прогрессивной комиссии за продажу гостиничных номеров сверх установленной квоты;
- увеличение размера скидки с цен на обслуживание в случае гарантий со стороны посредников в росте объема загрузки гостиницы в несезон, выходные и праздничные дни;
- вручение представителям фирм–посредников представительских подарков и сувениров;
- предоставление скидок с объявленных цен на групповые поездки в случае увеличения объемов продаж;
- предоставление бесплатного обслуживания работникам розничной фирмы, сопровождающим в поездке туристские группы;
- организация рекламных поездок работников розничных туристских фирм бесплатно или с предоставлением им значительных скидок с объявленных цен;
- проведение туристских бирж, на которых продажа гостиничных номеров проводится на льготных условиях;
- совместная реклама;
- предоставление специальных скидок, стимулирующих сбыт новых видов услуг;
- премии розничным туристским фирмам за продвижение отдельных услуг гостиничного предприятия, пользующихся недостаточным спросом;
- торговые конкурсы, преследующие цель повысить заинтересованность посредников в реализации услуг гостиницы.

Мероприятия, направленные на стимулирование сбыта в ООО «Меридиан Менеджмент», направленные на клиентов (гостей), чаще всего преследуют цели: поощрение более интенсивного потребления услуг; побуждение клиентов к бронированию номеров в гостиницах, которыми они ранее не пользовались; поощрение постоянных клиентов; снижение временных (например, сезонных) колебаний спроса; привлечение новых клиентов.

Для достижения поставленных целей стимулирования клиентов применяются разнообразные инструменты, которые можно объединить в несколько групп [7]:

- Скидки являются одним из многочисленных и часто применяемых приемов.

– Премии, предоставляемые чаще всего в вещественной форме в качестве вознаграждения за обращение к конкретной услуге.

– Купоны, представляющие собой своеобразные сертификаты, дающие владельцу право на скидку при приобретении гостиничных услуг.

– «Подкрепление» продукта представляет собой меры, поддерживающие имидж гостиничного предприятия и способствующие привлечению новых клиентов.

– Экспозиции в местах продаж. Они используются в основном для повышения степени осведомленности клиентов о предлагаемых услугах.

– Презентации услуг приобретают все большее значение как элемент маркетинговой деятельности гостиниц. Проведение различных семинаров, рекламных дней (например, на выставках) или выездных показов способствует привлечению клиентов.

Большое влияние на имидж ООО «Меридиан Менеджмент» может оказать упоминание такого факта, как проживание в гостинице знаменитых людей и артистов.

Гостиница выпускает свою полиграфическую продукцию в виде визиток, фирменных бланков и прочее.

В рекламных проспектах изображены красивые и цветные виды основных подразделений гостиницы и дано их краткое описание. Таким образом, ознакомившись с рекламным проспектом, потенциальный клиент может составить определенное представление еще до посещения гостиницы. Чаще всего ожидаемое представление совпадает с реальным, так как рекламный проспект несет правдивую, исчерпывающую информацию.

4 Система обеспечения безопасности

Главная задача безопасности в гостиничном комплексе состоит в реализации условий, при которых клиенты гостиницы и ее сотрудники могли бы чувствовать себя уверенно, спокойно и комфортно. В современных условиях безопасность гостиницы невозможна без системы технических средств безопасности.

Рассматривая понятие безопасности с точки зрения гостиничного комплекса можно сказать, что безопасность включает в себя не только защиту от криминальных посягательств, но, еще в большей степени, создание предупредительных мер обеспечения защиты от пожара, аварийных ситуаций, необоснованного вмешательства в личную и деловую жизнь гостей, злоупотреблений персонала, других факторов дискомфорта. Кроме того, оптимальное решение в сфере безопасности должно способствовать совершенствованию технологии гостиничного обслуживания.

Технические средства являются основой системы безопасности хостела по нескольким причинам.

Во-первых, техника не подвержена усталости, невнимательности, болезням, сиюминутным чувствам, погодным условиям.

Во-вторых, к ней неприменим подкуп, шантаж и запугивание, и неспециалисту сложно ее обмануть.

Ну и, в-третьих, в ней изначально предусмотрены мгновенная реакция и точность выполнения заданных алгоритмов. Однако эти преимущества должны в обязательном порядке дополняться возможностями сотрудников службы безопасности. Только тесное взаимодействие специалистов и техники способно обеспечить оперативное реагирование на тревожную ситуацию и комплексно разрешить возникающие проблемы.

Среди приоритетных направлений обеспечения безопасности современного гостиничного комплекса, следует назвать контроль доступа на объект, комплекс мер по противопожарной защите, охранную сигнализацию и видео наблюдение.

Система пожарной безопасности должна обеспечить: эффективное и своевременное обнаружение угрозы возгорания с точным указанием места; оповещение службы безопасности, всех сотрудников и посетителей хостела (и службы пожарной охраны тоже) о пожаре; принятие мер по предотвращению распространения огня и дыма, дымоудалению; организацию эвакуации людей из горящего здания, включая разблокировку всех дверей с автоматическим управлением, включение светозвуковых указателей.

Для обнаружения факта возгорания в «Меридиан» используются различные типы пожарных датчиков:

- дымовые (оптические, ионизационные, радиоизотопные, линейные и др.) – используются в наиболее важных, пожароопасных зонах, а при возможности – во всех помещениях;
- тепловые (магнитные, с применением легкоплавких материалов, термометрические и пр.) – используются в менее ответственных зонах и как вспомогательные;
- ручные сигнализаторы пожара – располагаются, как правило, вблизи запасных пожарных выходов, в местах курения и т.д.

Для оповещения используются специализированные громкоговорители, световые табло с фиксированными надписями «Пожар», «Выход» и т.п., пиктограммами или светодиодные табло. Кроме того, предусмотрена автоматическая разблокировка всех дверей в случае пожарной тревоги.

Назначение охранной сигнализации – эффективное и своевременное обнаружение факта несанкционированного проникновения в охраняемые помещения (площадки, зоны) с точным определением места, безотлагательное оповещение сотрудников службы безопасности и полиции.

Защите с помощью средств охранной сигнализации подлежат внешний периметр гостиничного комплекса (окна, двери), ответственные служебные помещения, такие, как касса, камера временного хранения ценностей, кладовые, кабинеты администрации гостиницы, разного рода аппаратные и пультовые. В гостиничных номерах охранные датчики, как правило, не ставятся.

Гостиничный комплекс устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, обеспечивающим безопасность жизни и здоровья туристов и экскурсантов, методы их контроля и предназначен для целей обязательной сертификации туристских услуг, а также отвечает за сохранность вещей потребителя, несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью и имуществу потребителя вследствие недостатков при оказании услуг, компенсирует моральный вред, причиненный потребителю нарушением прав потребителя.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 3.1 Организация и контроль работы обслуживающего и технического персонала хозяйственной службы при предоставлении услуги размещения, дополнительных услуг, уборке номеров и служебных помещений

В гостиничном бизнесе встречаются и другие названия этого подразделения, такие, например, как служба хозяйственного обеспечения и обслуживания гостиницы, поэтажная служба, служба горничных, служба гостиничного хозяйства, служба эксплуатации номерного фонда и пр. Английским аналогом административно-хозяйственной службы гостиницы является емкое слово Housekeeping, что в дословном переводе означает домашнее хозяйство, домоводство, административно-хозяйственная работа.

В крупных гостиницах в подчинении руководителя службы Housekeeping обычно находятся: заместитель, помощники руководителя службы или старшие горничные штат горничных, персонал прачечной-химчистки и бельевой, сотрудники оздоровительного клуба или спортивного центра, флористы.

Сотрудники административно-хозяйственной службы имеют большую ценность для предприятия. У руководителя данной службы такой же высокий статус, как и у руководителей других служб отеля. Для того чтобы сегодня трудиться в административно-хозяйственной службе, надо много знать и много уметь. Данному подразделению необходим надежный и честный персонал, поскольку он имеет непосредственный доступ к личным вещам гостей, проживающих в номерах.

Это самое крупное подразделение в гостинице по количеству персонала. У работающих в большом коллективе сотрудников есть возможности проявить свои организаторские и лидерские способности. Работа в данном подразделении - хорошая стартовая площадка для продвижения по служебной лестнице и выгодно отличается в этом плане от других более мелких по численности персонала подразделений гостиницы.

Хороший управляющий гостиницей обязан досконально знать работу персонала. Руководитель работает ежедневно, кроме выходных (суббота, воскресенье), по традиционному 8-часовому графику. При этом исключены переработки, связанные с выходом на работу в выходные дни, экстренным вызовам из отпуска и т.д. по производственной необходимости.

ПК 3.2 Организация и выполнение работы по предоставлению услуги питания в номерах(room-service)

Услуги питания в гостинице – обязательные услуги, которые отель или гостиница должны предоставлять гостям, проживающим в них.

Особенно популярно питание в номерах гостиницы. Оно осуществляется разными способами: с помощью специальной карты по заказам завтраков, по телефону, через нажатие вызова сервиса по кнопке, установленной в номере, и другие.

Сотрудник "Room service" при получении заказа записывает желаемые продукты, блюда, номер комнаты, количество завтракающих, время подачи и приема заказа. Обычно в хороших гостиницах продумывают до восьми вариантов завтраков и заранее интересуются завтраком, делая предварительный заказ, при заказе номера особых лиц.

Однако завтрак относится не только к питанию в номерах гостиницы. Также все виды завтраков (континентальный, американский, английский и другие) подают в ресторане гостиницы.

При обслуживании проживающих гостей предлагаются следующие услуги питания в гостиницах:

- полный пансион, то есть трехразовое питание (завтрак, обед и ужин);
- полупансион, то есть двухразовое питание (завтрак, обед или ужин);
- одноразовое питание (только завтрак).

Услуги питания в гостинице должны быть такими, чтобы в меню учитывались национальные традиции и привычки питания иностранных гостей.

Если в гостиничный комплекс заселяется группа туристов, то для быстрого и оперативного их обслуживания за 15 минут до прихода группы на столы ставится вода (фруктовая, минеральная или вода со льдом), хлеб (или булочки), холодные закуски, сладкие блюда, кисломолочные продукты. Первые блюда подносятся в супницах, которые ставятся на столы, а туристы уже сами разливают блюдо в тарелки; вторые блюда уже порционированные приносят в зал в тарелках.

Ресторану необходимо предварительно изучить особенности питания этой группы, которые зависят от географического положения страны, ее исторического и экономического развития народа, вероисповедания и национальных обычаев.

ПК 3.3 Ведение учета оборудования и инвентаря гостиницы

Основная цель инвентаризации - это учет основных средств. Данная процедура важна для всех организаций, но в гостиничном бизнесе она особо актуальна. Нередко после выезда клиента владельцам отелей приходится сталкиваться с «естественной убылью» имущества или, проще говоря, с хищениями.

В условиях современной экономики, и особенно в период экономического кризиса, все большее значение приобретает учет оборудования и инвентаря на предприятии. Эффективный контроль состояния оборудования дает информацию о степени изношенности, позволяет принять решения по замене оборудования, ремонту, либо продлению его срока службы. Очень

важным является анализ и планирование проведения технического обслуживания и ремонта оборудования по его состоянию, а не по графику.

Другой важный аспект - это взаимодействие клиента с окружением самой гостиницы. Необходимо точно размесить все указатели, надписи, обеспечить схемами номера, чтобы клиент имел возможность быстро и без приключений найти интересующие его объекты и дополнительные продукты и услуги.

По сути, все имущество, находящееся в номере, передается во владение гостю на время его проживания. Отсюда следует, что при его выезде необходимо проверить наличие всех объектов учета. Эта задача ложится на горничных.

ПК 3.4 Создание условий для обеспечения сохранности вещей и ценностей проживающих

Для того чтобы гарантировать сохранность имущества клиентов, в гостиницах разработаны и осуществляются целые программы, системы и комплексы мер безопасности. Одним из средств имущественной безопасности клиентов отеля являются камеры хранения и сейфы. Во избежание неприятностей гостей отеля информируют о возможности хранения багажа в камере хранения, а особо ценных вещей — в депозитных ячейках или в индивидуальных сейфах.

При приеме вещей проживающих на хранение ответственный за данный участок работы сотрудник фиксирует основные данные: фамилию гостя, номер комнаты, количество мест багажа, срок хранения багажа и выдает соответствующий багажный жетон (талон приема багажа).

Хранение багажа может быть бесплатным или с оплатой по тарифу. Как правило, хранение ручного багажа (сумок, портфелей, чемоданов) не более двух мест бесплатное. Хранение вещей больших габаритов производится за плату. Выдача багажа осуществляется по предъявлению багажного жетона. При выдаче багажа необходимо предлагать гостям помощь подносчика багажа или швейцара.

ПК 4.1 Выявление спроса на гостиничные услуги

Загрузка гостиницы зависит от сезона. Составляется примерный график низкой и высокой загрузки, в соответствии с которым проводится ценообразование. В случае низкой загрузки менеджеры по продаже ищут пути ее поднятия. Они снижают цены, делают холодные звонки в близлежащие компании для предложения сотрудничества по договору.

Желателен обмен опытом с иностранными партнерами, особенно со странами, где маркетинг является неотъемлемой частью сферы услуг, и где маркетинг является политикой улучшения деятельности фирмы. Также необходимо снабжать сотрудников фирм литературой,

журналами и любой другой периодикой по организации маркетинговой деятельности. Предоставлять им все необходимые средства для проведения качественного маркетингового исследования.

Таким образом, комплекс маркетинга, как сфера деятельности, не должен оставаться в стороне, он должен эффективно внедряться в гостиницу «Комфорт» и развиваться, как самостоятельно действующая единица, которая является своеобразным компасом, позволяющим вести деятельность фирмы к намеченным целям наименее рискованном путем.

ПК 4.2 Формирование спроса и стимулирование сбыта

Инструментом формирования спроса и стимулирования сбыта в системе маркетинга служит элемент комплекса маркетинга "Продвижение".

Основная цель мероприятий по формированию спроса заключается в том, чтобы сообщить потенциальным покупателям о существовании товара, рассказать о потребностях, которые этот товар удовлетворяет, представить доказательства относительно качества товара и максимально повысить доверие по отношению к товару, марке.

Внедрение на рынок товара «рыночной новизны», обеспечение начальных продаж и завоевание некоторой доли рынка является основной задачей мероприятий по формированию спроса. Так как решение о покупке, во многих случаях, подлежит обсуждению, то мероприятия по формированию спроса должны содержать в себе направленное воздействие на всех, кто каким-либо образом причастен к принятию решения о покупке.

Основные цели продвижения: формирование и стимулирование спроса в краткосрочном и долгосрочном периодах, улучшение имиджа предприятия.

Таким образом, PR это мероприятия, направленные на формирование положительного общественно мнения, имиджа производителя товара, товарной марки, брэнда. Сегодня они становятся очень популярны и актуальны в силу того, что деятельность предприятия, в том числе, и её маркетинговая составляющая, получает все более ярко выраженную социально-этичную окраску.

ПК 4.3 Оценка конкурентоспособности оказываемых гостиничных услуг

Конкурентоспособность гостиницы складывается из многих факторов, напрямую влияющих на нее. Среди них можно особенно выделить тактический (отражающий фактическое превосходство гостиницы на данный период в сравнении с конкурентами) и стратегический (отражающий потенциальное превосходство предприятия в будущем).

Для предприятий гостиничного хозяйства характерна высокая степень конкуренции. Конкуренты могут располагаться на противоположной стороне улицы, на другом конце города. Когда люди приезжают в тот или иной город, то обычно останавливаются в гостинице. Вопрос заключается в том, какую гостиницу они предпочтут.

Подводя итог, отметим: сфера гостиничного бизнеса — стремительно развивающаяся и регулярно набирающая обороты отрасль в России. В подобных условиях, чтобы занимать лидирующие позиции, необходимо постоянно развивать свое предприятие. А чтобы направление данного развития было правильным и эффективным, анализ конкурентоспособности в гостиничной среде является неотъемлемой частью всего процесса управления.

ПК 4.4 Участие в разработке комплекса маркетинга

Комплекс маркетинга – это некий набор инструментов (объектов, процессов и функций), манипулируя которыми маркетологи стараются наилучшим образом удовлетворить клиентов.

В индустрии гостиничных услуг и сотрудники, и гости взаимодействуют с системой предоставления услуг, что создает уникальные возможности предложения продукта гостиничного дела в расширенном его толковании, поэтому при разработке комплекса маркетинга следует обязательно учитывать: запросы и потребности гостей; выбор наиболее выгодных и удобных путей доведения услуг до потребителей. Также важным является то, что когда эти направления рассматриваются и осуществляются в единстве и целостности.

При разработке комплекса маркетинга следует использовать восемь главных принципов:

- стратегия продвижения должна базироваться на особенностях поведения потребителей услуг;
- необходимо более точно определять целевую аудиторию для рекламных сообщений;
- при планировании стратегии продвижения нужно включать персонал своей фирмы во вторичную целевую аудиторию;
- следует подчеркивать интерактивное взаимодействие персонала и потребителя;
- необходимо влиять на мнение потребителей;
- рекомендуется подчеркивать преимущества процесса обслуживания, материальной среды и персонала;
- необходимо подчеркивать критерии качества своей услуги;
- не стоит завышать свои рекламные обещания.

Разработка комплекса маркетинга в гостиничной индустрии, в первую очередь, всегда начинается с определения и разработки гостиничного продукта, а также выдвиганием его на целевой рынок. В краткосрочном плане тактика маркетинга для гостиничного продукта связана с управлением спросом на этот продукт [8].

6 Индивидуальное задание

Выбор средств распространения рекламы и определение их эффективности

При размещении рекламы гостиничных услуг каждый рекламодатель прежде всего осуществляет отбор необходимых средств рекламы, делая выбор между газетами, журналами, радио, телевидением, средствами наружной рекламы, рекламы на транспорте, прямой почтовой рекламой и так далее.

С помощью рекламных средств рекламодатель стремится оказать то или иное воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования и побудить их тем самым к совершению определенного действия или поступка.

Сайты гостиниц более информативны по сравнению с обычной рекламой. Во-первых, классическая реклама удовольствие не из дешевых. Рекламные ролики приходится делать короткими, разместить, большой объем информации, в них просто не возможно. Во-вторых, рекламные ролики скоротечны, а сайт можно рассматривать не спеша в удобное для себя время. Объем размещаемой на сайте информации практически ничем не ограничен. Здесь можно разместить, большое количество статей с описанием предлагаемых номеров, услуг и качественным тематическими фотографиями.

В гостинице ООО "Меридиан Менеджмент" за рекламу отвечает отдел маркетинга. Сложно найти какое-либо рекламное средство, которое в гостинице не используется или используется недостаточно. Ежедневная реклама в СМИ стала уже привычной для предприятия. Каждое из средств массовой информации - имеет свойственные только ему возможности и характеристики в отношении определённых общественных групп. Рекламодатель и агентство должны планировать, какое средство массовой информации нужно использовать для привлечения заказчиков, намеченных в качестве объекта рекламы.

В целях рекламы гостиница ООО "Меридиан Менеджмент" разрабатывает и осуществляет мероприятия, направленные на создание положительного имиджа гостиницы, например: благотворительные мероприятия, связь с прессой, телевидение, радио, формирование общественного мнения.

Таким образом, можно сделать вывод, что для получения максимального эффекта от рекламы необходимо тщательно планировать рекламную кампанию. Результативность рекламы означает, что рекламная кампания основательно продумана и реализована.

Заключение (Выводы и предложения по совершенствованию деятельности ООО «Меридиан Менеджмент»)

В результате прохождения учебной практики, были значительно расширены знания о гостиничном бизнесе и организации проживания гостей. Также освоены профессиональные знания, нужные специалисту в этой сфере деятельности.

За время практики были изучены учредительные документы, организационная структура предприятия и технология обслуживания в отеле.

Преимущества пройденной практики в том, что гостиничный бизнес – это очень прибыльная деятельность. Ведь не зря гостиничный бизнес считается наиболее привлекательным для инвестиций, их окупаемость достигается в очень короткие сроки. Гостиничный бизнес – это еще и большой показатель гостеприимства нашей страны. Ведение гостиничного хозяйства – это целое искусство, со стороны прибыльности этой деятельности, так и с индустрии гостеприимства в целом.

В ходе прохождения учебной практики в ООО «Меридиан Менеджмент» были реализованы следующие задачи:

- 1 получение полного представления о работе предприятия;
- 2 закрепление и углубление знаний, полученных в период прохождения практики;
- 3 изучение практических методов анализа и организации работы специалистов службы горничных.

ООО «Меридиан Менеджмент» осуществляет свою деятельность в соответствии с действующим законодательством.

Подводя итог отчета и обобщая все вышесказанное, необходимо отметить следующие направления, над которыми следует поработать руководству гостиничного комплекса. Рекомендации по дальнейшему развитию организации:

- 1 Проведение курсов повышения квалификации персонала, аттестаций.
- 2 Введение должности маркетолога или начальника службы рекламы.
- 3 Современную мультимедийную систему, ориентированную на показ платных каналов или фильмов по запросам «IP-TV».
- 4 Открытие тренажерного зала.
- 5 Создание системы анкетирования сотрудников и клиентов о качестве работы, обслуживания и предоставления услуг в гостинице.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Официальный сайт ООО «Меридиан Менеджмент» [сайт]. – URL: <http://www.meridianAvl.ru/> (дата обращения: 20.12.2021).
- 2 Тимохина Т.Л., Организация приема и обслуживания туристов: учебник для студентов вузов / Т. Л. Тимохина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ФОРУМ: ИНФРА–М, 2017. – 352 с
- 3 Сорокина А.В., Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебник для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / А. В. Сорокина. – Москва: Альфа–М ИНФРА–М, 2017. – 304 с.
- 4 Асанова И.М., Жуков А.А. Деятельность службы приема и размещения: учебник для сред. проф. образования / И.М. Асанова, А.А. Жуков. – Москва: Издательский центр «Академия», 2017. – 288 с.
- 5 Скляревская В.А. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учебник [для студентов вузов] / В. А. Скляревская. – Москва: Дашков и К*, 2017. – 340 с.
- 6 Ляпина И.Ю. Индустриальная база гостиниц и туристских комплексов, Москва: Издательский центр «Академия», 2013. – 272с
- 7 Бухалков М.И. Организация и нормирование труда: учебник для студентов вузов / М. И. Бухалков. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: ИНФРА–М, 2017. – 424 с
- 8 Турковский, Марек, Маркетинг гостиничных услуг: учебник / М. Турковский; пер. с пол. И.И. Иванюка. – Москва: Финансы и статистика, 2017. – 296с

Приложение А

Схема проезда к ООО «Меридиан»

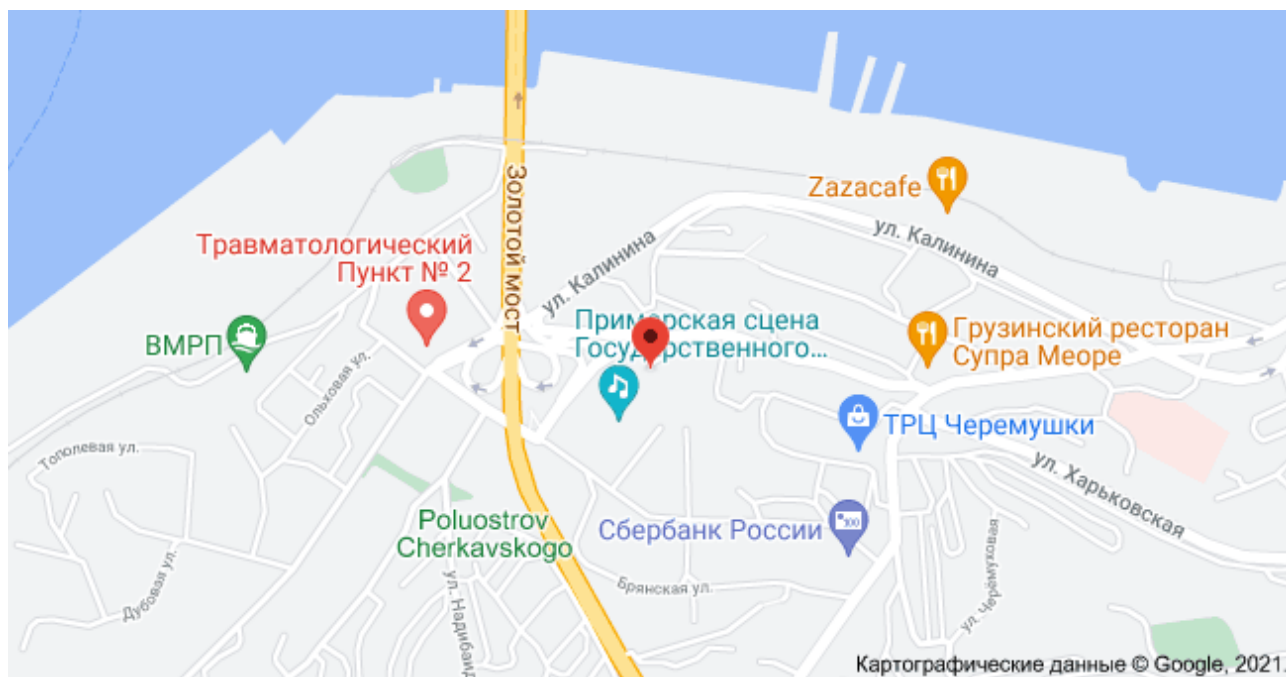


Рисунок А.1 – Месторасположение ООО «Меридиан»

Приложение Б
Холл ООО «Меридиан»



Рисунок Б.1 – Холл ООО «Меридиан»

Приложение В
Номера ООО «Меридиан»



Рисунок В.1 – Номер категория «Стандарт»



Рисунок В.2 – Номер категории «Люкс»



Рисунок В.3 – Номер категории «Студия»



Рисунок В.4 – Номер категории «VIP»

Приложение Г
Ресторан «Купол»



Рисунок Г.1 – Ресторан «Купол»

Индивидуальное задание по учебной практике

Студентка Григорьева Стефания Владиславовна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис прошла учебную практику в объеме 144 часа с «01» декабря 2021 г. по «28» декабря 2021 г. в организации ООО «Меридиан Менеджмент», Приморский край, г. Владивосток, ул. Очаковская, 5

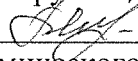
Виды и объем работ в период учебной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	1
2	Анализ состава и структуры службы обслуживания предприятия	8
3	Осуществление должностных обязанностей персонала службы обслуживания гостиницы	8
4	Применение должностных инструкций службы обслуживания персонала в процессе осуществления работ	8
5	Анализ материально-технической базы гостиницы	8
6	Работа с основными фондами гостиничных предприятий	9
7	Работа с нормативными, архитектурно-планировочными документами предприятия	9
8	Участие в мероприятиях планово-предупредительного ремонта	9
9	Применение нормативных документов, должностных инструкций, функциональных обязанностей вспомогательных служб гостиничного предприятия в процессе осуществления видов работ	9
10	Осуществление видов деятельности вспомогательных служб	9
11	Выявление и анализ потребителей на гостиничные услуги	9
12	Реализация и доведение гостиничного продукта до потребителя	9
13	Сбор и анализ информации о ценах	9
14	Выявление и анализ потребностей потребителей гостиничного продукта	9
15	Выбор средств распространения рекламы и определение их эффективности	9
16	Формулирование содержания рекламных материалов	9
17	Составление отчета	12

Дата выдачи задания «01» декабря 2021 г.

Срок сдачи отчета по практике «28» декабря 2021 г.

Подпись руководителя практики

 / Беленькая Ж.А., мастер производственного обучения
Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Григорьева Стефания Владиславовна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис прошла учебную практику в объеме 144 часа с «01» декабря 2021 г. по «28» декабря 2021 г. в организации ООО «Меридиан Менеджмент», Приморский край, г. Владивосток, ул. Очаковская, 5

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Организация обслуживания гостей в процессе проживания	ПК 3.1 Организовывать и контролировать работу обслуживающего и технического персонала хозяйственной службы при предоставлении услуги размещения, дополнительных услуг, уборке номеров и служебных помещений	Анализ состава и структуры службы обслуживания предприятия Работа с нормативными, архитектурно-планировочными документами предприятия	<i>Хорошо</i>
	ПК 3.2 Организовывать и выполнять работу по предоставлению услуги питания в номерах(room-service)	Осуществление должностных обязанностей персонала службы обслуживания гостиницы Осуществление видов деятельности вспомогательных служб	<i>Отлично</i>
	ПК 3.3 Вести учет оборудования и инвентаря гостиницы	Применение нормативных документов, должностных инструкций, функциональных обязанностей вспомогательных служб гостиничного предприятия в процессе осуществления видов работ	<i>Отлично</i>

		Работа с основными фондами гостиничных предприятий	Отлично
	ПК 3.4 Создавать условия для обеспечения сохранности вещей и ценностей проживающих	Применение должностных инструкций службы обслуживания персонала в процессе осуществления работ Анализ материально-технической базы гостиницы	Отлично
Итоговая оценка по ПМ.03 Организация обслуживания гостей в процессе проживания			Высоко
Продажи гостиничного продукта	ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги	Выявление и анализ потребителей на гостиничные услуги	Хорошо
	ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт	Реализация и доведение гостиничного продукта до потребителя	Отлично
	ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг	Выявление и анализ потребностей потребителей гостиничного продукта Сбор и анализ информации о ценах	Хорошо
	ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга	Выбор средств распространения рекламы и определение их эффективности Формулирование содержания рекламных материалов	Отлично
Итоговая оценка по ПМ.04 Продажи гостиничного продукта			Отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

Освоены на базовом уровне

(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне / освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата 28 декабря 2021 г.

Оценка за практику 5 (Отлично)

Руководитель практики от предприятия _____



Тищенко А.А.

ДНЕВНИК

прохождения учебной практики

Студентка Григорьева Стефания Владиславовна

Специальность/профессия 43.02.11 Гостиничный сервис, менеджер

Группа СО-ГС-19

Место прохождения практики ООО «Меридиан Менеджмент»

Сроки прохождения с «01.12.2021» по «28.12.2021»

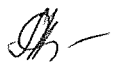
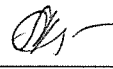


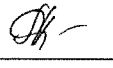
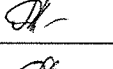
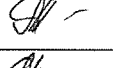





Инструктаж на рабочем месте «01» декабря 2021 г







дата




подпись

Тищенко А.А.

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
01.12.2021	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
02.12.2021	Анализ состава и структуры службы обслуживания предприятия	5	
03.12.2021	Осуществление должностных обязанностей персонала службы обслуживания гостиницы	5	
04.12.2021	Применение должностных инструкций службы обслуживания персонала в процессе осуществления работ	5	
06.12.2021	Анализ материально-технической базы гостиницы	5	
07.12.2021	Работа с основными фондами гостиничных предприятий	5	
08.12.2021	Работа с нормативными, архитектурно-планировочными документами предприятия	5	
09.12.2021	Участие в мероприятиях планово-предупредительного ремонта	5	
10.12.2021	Применение нормативных документов, должностных инструкций, функциональных обязанностей вспомогательных служб гостиничного предприятия в процессе осуществления видов работ	5	
11.12.2021	Осуществление видов деятельности вспомогательных служб	5	
13.12.2021 14.12.2021	Выявление и анализ потребителей на гостиничные услуги	5	
15.12.2021- 16.12.2021	Реализация и доведение гостиничного продукта до потребителя	5	

17.12.2021- 18.12.2021	Сбор и анализ информации о ценах	5	
20.12.2021- 21.12.2021	Выявление и анализ потребностей потребителей гостиничного продукта	5	
22.12.2021- 23.12.2021	Выбор средств распространения рекламы и определение их эффективности	5	
24.12.2021- 25.12.2021	Формулирование содержания рекламных материалов	5	
27.12.2021- 28.12.2021	Составление отчета	5	
28.12.2021	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель практики



Тищенко А.А.

подпись



Характеристика деятельности студента
Григорьевой Стефании Владиславовны
 группы СО-ГС-19 при прохождении учебной практики

Код	Общие компетенции	Основные показатели оценки результата	***Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к своей будущей профессии	<i>Высокий</i>
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Планировать деятельность по решению задачи в рамках заданных (известных) технологий	<i>Высокий</i>
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Проводить анализ причин существования проблемы; предлагать способы предотвращения и нейтрализации рисков	<i>Средний</i>
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	<i>Высокий</i>
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий при выполнении профессиональных задач	<i>Средний</i>
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами п/о в ходе обучения	<i>Высокий</i>
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	<i>Высокий</i>
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Обновление знаний, приобретение новых способов мышления, новых методов и приемов работы	<i>Высокий</i>
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Применение современных технологий в профессиональной деятельности	<i>Высокий</i>
ПК 3.1	Организовывать и контролировать	Работа с основными фондами	<i>Средний</i>

	работу обслуживающего и технического персонала хозяйственной службы при предоставлении услуги размещения, дополнительных услуг, уборке номеров и служебных помещений	гостиничных предприятий	<i>Средний</i>
ПК 3.2	Организовывать и выполнять работу по предоставлению услуги питания в номерах(room-service)	Осуществление видов деятельности вспомогательных служб	<i>Высокий</i>
ПК 3.3	Вести учет оборудования и инвентаря гостиницы	Изучение материально-технической базы гостиницы	<i>Высокий</i>
ПК 3.4	Создавать условия для обеспечения сохранности вещей и ценностей проживающих	Оказание персональных и дополнительных услуг	<i>Высокий</i>
ПК 4.1	Выявлять спрос на гостиничные услуги	Анализ гостиничных услуг	<i>Высокий</i>
ПК 4.2	Формировать спрос и стимулировать сбыт	Выбор средств распространения рекламы	<i>Средний</i>
ПК 4.3	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг	Сбор и анализ информации о ценах	<i>Высокий</i>
ПК 4.4	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга	Формулирование содержания рекламных материалов	<i>Высокий</i>

Руководитель практики (от организации) *АА* Тищенко А.А., тел.: 271-44-28



Характеристика

Студентка, Григорьева Стефания Владиславовна, в период с 01.12.2021 г. по 28.12.2021 г. проходила учебную практику в ООО «Меридиан Менеджмент».

Под руководством опытных специалистов предприятия в частности руководителя предприятия Тищенко Анжелики Анатольевны, изучала основные законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы, структуру и штат предприятия, его профиль, специализацию и перспективы развития, кадровую политику и стратегию предприятия.

Всю порученную работу выполняла добросовестно и в срок. Стремилась приобретать новые знания, чтобы быть ещё более полезным на месте практики. В процессе прохождения практики студентка получила новые практические навыки и закрепила имеющиеся у нее теоретические знания. Замечаний по прохождению практики к Григорьевой Стефании нет.

Подготовленный отчет по практике является законченной исследовательской работой, отвечающей всем требованиям по актуальности. Отчет заслуживает оценки «отлично».

Руководитель от предприятия
Тищенко А.А.

Подпись



М.П.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
(ВГУЭС)


НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Григорьева Стефания Владиславовна
Подразделение Академический колледж Группы СО-ГС-19-1
согласно приказу ректора № 9780-с от 22.11.2021 года
направляется в ООО "Меридиан Менеджмент" г. Владивосток
для прохождения учебной практики по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис» на
срок 4 недели с 01.12.2021 года по 28.12.2021 года.

Руководитель практики Беленькая Ж.А.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "Меридиан"	01.12.2021	
"Менеджмент"	28.12.2021	