

**ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«КОЛЛЕДЖ ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВА И СЕРВИСА №38»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
по выполнению курсовой работы
по МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ. 04. Продажи гостиничного продукта
специальности 101101 Гостиничный сервис
(углубленная подготовка)**

Москва
2015

ОДОБРЕНЫ
предметно-цикловой
комиссией «Сфера услуг»
101101 «Гостиничный сервис»

Протокол № _____
от _____ 2015г.

РАЗРАБОТАНЫ
на основе Рекомендаций по организации
выполнения и защиты курсовой работы
(проекта) по дисциплине в образовательных
учреждениях СПО, Приложение к письму
Минобразования России от 05.04.1999 г. №
16-52-55ин/16-13 и Общих методических
рекомендаций по выполнению и оформлению
курсовой работы (проекта) в ГБПОУ КГиС №
38

Председатель предметно-
цикловой комиссии «Сфера услуг»
_____/Э.Р.Сарварова/

Заместитель директора по УР и КО
_____/Коровайчикова Т.Ю./

Составитель: Сарварова Э.Р. преподаватель профессиональных модулей
первой квалификационной категории, председатель ПЦК по УГС Сервис и
туризм ГБПОУ КГиС №38

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ В РАМКАХ МДК ПМ.04

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ВЫПОЛНЕНИЕМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

5. ОБЪЕМ И ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

6. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

7. ПРИЛОЖЕНИЯ

1. ПАСПОРТ МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ В РАМКАХ МДК ПМ.04

1.1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИЧЕСКИХ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовая работа - это самостоятельное исследование одной из актуальных проблем по соответствующей учебной дисциплине или профессиональному модулю.

Цель курсовой работы - закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении междисциплинарных комплексов, формирование у студентов профессиональных компетенций и навыков самостоятельного решения профессиональных задач.

Курсовая работа является необходимым элементом практической и самостоятельной работы студентов. Она призвана углубить теоретические и прикладные знания, полученные студентами в лекционных курсах, семинарских и практических занятиях, привить навыки научно-исследовательской работы и дать первый опыт подготовки публикаций.

В процессе выполнения курсовой работы решаются следующие задачи:

- систематизация и конкретизация теоретических знаний по соответствующим междисциплинарным комплексам;
- приобретение навыков ведения самостоятельной исследовательской работы, включая поиск и анализ необходимой информации;
- формирование у студентов системного мышления через определение целей и постановку задач работы и навыков ведения научно-исследовательской работы;
- самостоятельное исследование актуальных вопросов;
- развитие у обучающихся логического мышления и умения аргументировано излагать мысли при анализе теоретических проблем и практических примеров, умения формулировать выводы и предложения.

Курсовая работа является частью рабочей программы МДК 04.01 ПМ.04 в соответствии с учебным планом по специальности **СПО 101101 Гостиничный сервис** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) - **Продажи гостиничного продукта** по соответствующим профессиональным компетенциям.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам выполнения курсовой работы

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе выполнения курсовой работы для освоения профессионального модуля должен: **иметь практический опыт:**

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбор оптимального гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участие в разработке комплекса маркетинга;

уметь:

- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
- проводить сегментацию рынка;
- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;
- оценивать эффективность сбытовой политики;
- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;
- формулировать содержание рекламных материалов;
- собирать и анализировать информацию о ценах;

знать:

- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
- гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;
- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
- последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;
- формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, система скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на выполнение курсовой работы:

Согласно учебного плана по специальности на МДК 04.01 отводится 381 час аудиторной нагрузки, из них на курсовое проектирование – 20 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом выполнения курсовой работы по МДК 04.01 ПМ.04 является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности

Продажи гостиничного продукта,

в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Выявлять спрос на гостиничные услуги.
ПК 4.2.	Формировать спрос и стимулировать сбыт.
ПК 4.3.	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4.	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ВЫПОЛНЕНИЕМ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

- 3.1. Количество курсовых работ и учебные дисциплины (профессиональные модули), по которым предусматривается написание курсовой работы, определяются учебными планами.
- 3.2. Предметные цикловые комиссии ежегодно разрабатывают примерный перечень тем курсовых работ и после утверждения в установленном порядке доводят его до сведения студентов.
- 3.3. Руководитель осуществляет руководство и контроль выполнения курсовой работы. В период написания курсовой работы руководитель выполняет следующие функции:
- согласовывает со студентом тему работы;
 - оказывает студенту помощь в составлении плана работы;
 - рекомендует научную литературу, справочные, статистические материалы и др. источники информации по выбранной теме;
 - проводит регулярные консультации;
 - осуществляет контроль за ходом выполнения курсовой работы;
 - оценивает содержание курсовой работы;
- 3.4. Выбор и утверждение темы курсовой работы.
- 3.4.1. Студент выбирает тему курсовой работы из числа тем, предложенных предметной цикловой комиссией. При выборе темы курсовой работы необходимо учесть возможность дальнейшего ее развития, углубления и конкретизации, а также использования в выпускной квалификационной работе.
- 3.4.2. Студент может предложить свою тему с обоснованием целесообразности ее разработки и при согласовании с председателем предметной цикловой комиссии и/или руководителем.
- 3.4.3. Выбранная тема курсовой работы должна быть согласована с руководителем. Изменения темы курсовой работы могут быть внесены только после согласования с руководителем.
- 3.4.4. При выборе темы курсовой работы необходимо учитывать следующие условия:
- соответствие темы курсовой работы содержанию междисциплинарного комплекса, по которому выполняется курсовая работа;
 - актуальность проблемы;
 - наличие специальной литературы и возможность получения фактических данных, необходимых для анализа;
 - собственные научные интересы и способности студента;

- преемственность исследований, начатых в предыдущих курсовых работах и в период учебных и производственных практик;
- исключение по возможности дублирования (дословного совпадения формулировок) тем курсовых работ, выполняемых студентами.

3.5. Закрепление темы и руководителя за конкретным студентом осуществляется приказом директора ГБПОУ КГиС №38 об утверждении тем курсовых работ.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

4.1. Содержание курсовой работы должно свидетельствовать о достаточно высокой теоретической подготовке студента, которую он должен иметь на данном курсе, и о наличии у автора необходимых знаний по теме работы. Работа должна иметь правильно составленную библиографию, логичную структуру, обеспечивающую раскрытие темы.

Работа должна быть написана грамотно, хорошим литературным и профессиональным языком, иметь правильно оформленный инструментальный аппарат.

4.2. Курсовая работа содержит следующие структурные элементы:

- титульный лист (Приложение 1);
- содержание (Приложение 2);
- введение;
- основную часть:
 1. Теоретическую
 2. Практическую
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

4.3. *Титульный лист* курсовой работы содержит следующие элементы:

- полное наименование вышестоящего органа (Департамент образования города Москвы), колледжа (Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение города Москвы «Колледж Градостроительства и сервиса № 38), специальности, название учебной дисциплины (профессионального модуля);
- название темы курсовой работы;
- сведения об исполнителе (Ф.И.О. студента, группа)
- сведения о руководителе (Ф.И.О., ученая степень, ученое звание);
- наименование места и год выполнения;
- сведения о защите курсовой работы (оценка) с указанием даты и подписью руководителя.

4.4. *Оглавление* включает порядковые номера и наименование структурных элементов курсовой работы с указанием номера страницы, на которой они помещены. (см. Приложение 2).

4.5. Введение характеризует:

Актуальность темы исследования - обоснование теоретической и практической важности выбранной для исследования проблемы.

Цель и задачи курсовой работы - краткая и четкая формулировка цели проведения исследования и нескольких задач, решение которых необходимо для достижения поставленной цели.

Предмет исследования - формулировка конкретного вопроса или анализируемой проблемы.

Объект – название гостиницы на базе, которой проводится исследование

4.6. *Основная часть курсовой работы*

Каждый элемент основной части должен представлять собой законченный в смысловом отношении фрагмент курсовой работы.

4.6.1. Разделы курсовой работы должны быть взаимосвязаны.

Рекомендуется, чтобы каждый раздел заканчивалась выводами, позволяющими логически перейти к изложению следующего материала.

4.6.2. Курсовая работа должна содержать 2 раздела, каждый из которых в свою очередь делится на подразделы.

Раздел 1 работы носит общетеоретический характер и представляет собой обзор и оценку литературных источников по теме работы. Следует делать обязательные ссылки на источник информации, указывая в конце цитаты в квадратных скобках номер источника литературы и той станицы, на которой содержится цитируемая фраза. Первая глава может характеризовать процесс организации продаж гостиничного продукта.

Раздел 2 работы носит практический характер и содержит предложения, рекомендации и примеры конкретных мероприятий, которые необходимо провести для совершенствования работы гостиницы, а так же для поднятия уровня продаж гостиничного продукта. Кроме того, в третьем подразделе должен быть представлен прогноз экономической эффективности предлагаемых мероприятий. Именно разработка таких предложений и рекомендаций будет свидетельствовать о практической значимости курсовой работы.

Во втором подразделе основное внимание уделяется изучению показателей конкретной гостиницы, относящихся к теме исследования, описываются выявленные проблемы и недостатки.

Обязательным для курсовой работы является логическая взаимосвязь между разделами и последовательное развитие основной темы на протяжении всей работы.

4.6.3. Каждый раздел должна содержать не менее двух и не более пяти структурных элементов (подразделов). При этом необходимо стремиться к

пропорциональному (по объему) распределению материала между разделами и внутри них. Объем подраздела основной части курсовой работы не должен быть менее 3 страниц.

4.7. *Заключение* - краткое изложение основных, наиболее существенных результатов работы, сформулированных в виде выводов, соответствующих цели и поставленным во введении задачам исследования.

4.8. В *списке использованных источников* должны быть представлены основные источники по теме: нормативно-правовые акты, учебная литература, монографические исследования, статьи и др., в т.ч. переведенные на русский язык и на языке оригинала, статистические издания, справочники и Интернет-ресурсы.

4.8.1. Список должен содержать не менее 20 современных источников, изученных студентом (преимущественно даты издания не более 5 лет относительно года написания курсовой работы).

4.8.2. На основные приведенные в списке источники должны быть ссылки в тексте курсовой работы.

4.9. *Приложения* - вспомогательные иллюстративно-графические, табличные, расчетные и текстовые материалы, которые нецелесообразно (объем более 1 страницы) приводить в основном тексте курсовой работы.

4.9.1. Приложения к курсовой работе могут включать в себя:

- материалы, дополняющие текст работы;
- промежуточные вычисления, расчеты, выкладки;
- экспериментальные материалы;
- инструкции;
- описание методик, технологий, программных средств и т.п.;
- протоколы испытаний (экспериментов);
- заключения экспертизы, акты внедрения и т.д.

4.9.2. Приложения помещают в конце курсовой работы.

4.9.3. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь заголовок.

4.9.2. Приложения нумеруются арабскими цифрами порядковой нумерации. Номер приложения размещается в правом верхнем углу над заголовком после слова «Приложение» (например: Приложение 1)

4.9.5. На все Приложения в основной части курсовой работы должны быть ссылки.

4.9.6. Последовательность приложений должна соответствовать их упоминанию в тексте.

4.10. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Законодательные и нормативные акты:

1. Федеральный закон от 09.01.1996 "О защите прав потребителей", ФЗ-2 с изменениями и дополнениями.
2. Федеральный закон от 23.09.1992. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара".
3. Федеральный закон от 20.02.1995. "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 с изменениями и дополнениями.
4. Федеральный закон от 18.07.1995."О рекламе", ФЗ-108 с изменениями и дополнениями.

Учебники и учебные пособия:

1. Барышев А.Ф.Маркетинг: учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования – 10 –е издание, исправлено – М: Издательский центр «Академия»; 2013 год. – 224 стр.
2. Дашкова Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе.- М.: ИТК «Дашков и К», 2010.
3. Зайцева Н.А. Менеджмент в сфере услуг: туризм и гостиничное дело (1-е изд.) учеб. пособие – Москва «Академия», 2013, 288 с.
4. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме (1-е изд.) учебник - Москва «Академия»,2010.- 304 с.
5. Виноградова Т.В. Технологии продаж турпродукта (2-е изд., стер.) учебник - Москва «Академия», 2014.- 240 с.
6. Христофорова И.В. Маркетинг в туристской индустрии / Под ред. Христофоровой И.В. (1-е изд.) учеб. Пособие - Москва «Академия», 2012.- 208 с.
7. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг (2-е изд., испр.) учеб. Пособие.- Москва «Академия», 2011.- 224 с.
8. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг (4-е изд., испр.) учеб. пособие -Москва «Академия», 2014.- 224 с.
9. Баумгартен Л.В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг (1-е изд.) учебник Москва «Академия», 2013.- 288 с.
10. Корнеев Н.В. Технологии гостиничной деятельности (1-е изд.) учебник Москва «Академия», 2015.- 288 с.

Дополнительные источники:

1. Альтшуллер Игорь. Стратегия и маркетинг: две стороны одной медали, или Просто – о сложном. – М.: Дело, 2010.
2. Ламбен Ж.Ж., Шулинг И., Чумпитас Р. Менеджмент, ориентированный на рынок. Учебник. СПб.: Питер, Лидер, 2010. – 720 с. (Серия «Классика МВА»)
3. Маркетинг. Учебник (для бакалавров). Под ред. И.В. Липсица. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2012. – 576 с.
4. Мур Дж. Вторая космическая. Искусство управления и стратегии будущего. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 208с.
5. Прахалад К., Кришнан М. Пространство бизнес-инноваций: создание ценности совместно с потребителем. – М.: «Сколково», 2012
6. Рекхэм Нил. СПИН-продажи. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 366 с.
7. Симон Х. Продажи в кризис. - М.: Бизнес Психологии, 2010. – 254 с.
8. Кот Д. Копирайтинг: как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают. – СПб.: Питер, 2011. – 252 с.
9. Разуваев С. Маркетинг за МКАДом или исповедь Маркетолога. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 168 с.
10. Котлер Ф., Картаджая Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. – М.: Эксмо, 2011

Интернет-ресурсы

1. http://hotel.web-3.ru/intarticles/?act=full&id_article=7830
2. <http://h-code.ru/2009/11/mobile-marketing-in-hotel-business/>
3. <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
4. <http://prohotel.ru/>
5. <http://www.bizprofi.ru/kak-reklamirovat-i-prodvigat-gostinicu-v-internete-33-i-1-sovet-internet-marketologa/>

5. ОБЪЕМ И ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

5.1. Текст работы излагается на компьютере на стандартных листах формата А4 (210 х 297 мм) без рамки. По всем четырем сторонам листа оставляются поля: с левой стороны – 30 мм, с правой – 10 мм, сверху – 20 мм, снизу – 20 мм. Абзац – 1,25 см.

Односторонняя печать текста на компьютере, междустрочный интервал – 1,5, шрифт Times New Roman (размер основного текста – 14 пт, размер шрифта сносок, таблиц, приложений – 12 пт).

Выравнивание текста – по ширине, без отступов.

Автоматическая расстановка переносов.

5.2. Каждая структурная часть КР оформляется с новой страницы. Наименования структурных частей в тексте КР («Содержание», «Введение», «Теоретическая часть, Практическая часть», «Заключение», «Список использованных источников») печатаются прописными жирными буквами по центру строки, без подчеркивания. Точка в конце наименования не ставится.

Расстояние между заголовком и текстом составляет 2 интервала, а между заголовками раздела и подраздела – 1 интервал.

Перенос слов в заголовках глав и подпунктов не допускается.

Точку в конце заголовка не ставят.

5.3. В работе обязательно указывается название глав и вопросов, которое должно точно соответствовать плану и содержанию работы. Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всей работы и обозначаться арабскими цифрами с точкой.

Введение и заключение не нумеруются.

Номер вопроса состоит из номера главы и порядкового номера вопроса, например: «1.1», «1.2», «2.1» и т.п.

Каждый раздел начинается с новой страницы, а начало каждого подраздела пишется на той же странице, что и предыдущий подраздел, при условии, что на этой странице размещается после заголовка не менее 3-х строк текста.

5.4. Нумерация страниц работы должна быть сквозной, в нижней части листа, по центру арабскими цифрами.

Титульный лист и оглавление включаются в общую нумерацию страниц, но номер страницы на титульном листе не проставляется. Нумерация начинается с «Содержания» (т.е. со страницы 2).

5.5. Не принято писать в работе «я думаю», «я предлагаю» и т.п. Излагать материал рекомендуется излагать обезличенно.

5.6. В КР используются, как правило, ссылки в квадратных скобках, арабской цифрой, которые содержат указание на порядковый номер источника в перечне использованных источников и номер страницы, например: [23, с.50], [23, с.50-53].

5.7. К иллюстративному материалу относятся: диаграммы, графики, схемы, фото и т.п., которые называются рисунками. На рисунки, расположенные

в основной части КР, делается обязательная ссылка, которая должна быть сделана до таблицы

5.8. Цифровой материал, результаты расчетов и анализа, как правило, оформляются в виде таблиц, включаемых как в основную часть КР, так и в приложения. На каждую таблицу в тексте должна быть сделана ссылка (например: Данные таблицы 2 показывают..., Результаты расчетов представлены в таблице 3...). Не предусматривается графа «№ п/п».

В случае переноса таблицы на другой лист заголовок таблицы не дублируется, а в левом верхнем углу указывается: «Продолжение таблицы...», строка с нумерацией граф дублируется при ее наличии.

При большом количестве таблиц часть из них следует оформлять в виде приложений.

5.10. Все таблицы и рисунки в тексте курсовой работы должны быть пронумерованы и иметь названия. (Приложения 3,4)

5.11. Общий объем курсовой работы без приложений не должен превышать 30 страниц компьютерного набора. Объем введения: 2-3 стр., заключения: 1-2 стр., основной части: 20-25 стр. Работы сдаются в сброшюрованном виде.

5.12. Список использованных источников следует помещать после раздела «Заключение». Библиографическое описание работ должно быть точным и полным. Оно должно включать фамилию и инициалы автора (авторов) или титульного редактора (редакторов), полное название книги, место издания, издательство и год издания. При включении в список использованных источников статей необходимо указать фамилию и инициалы автора (авторов), полное название статьи, название журнала, год выпуска и его номер, а также страницы, на которых опубликована статья. (см. приложение 5)

5.12.1. Рекомендуются использовать сквозную нумерацию источников в списке, группируя их по следующим разделам: Нормативно-правовые акты; Учебная литература; Периодические издания (журналы, газеты); Интернет-ресурсы; - Другие источники.

5.12.2. Нормативно-правовые акты располагаются в порядке их юридической иерархии (по убыванию уровня) и году принятия (по возрастанию). Все остальные источники - в алфавитном порядке (по фамилии автора или названию работ).

6. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЩИТЫ КУРСОВЫХ РАБОТ

6.1. Законченная и оформленная в соответствии с установленными требованиями курсовая работа сдается руководителю за неделю до даты защиты, если другие сроки не оговорены специально.

6.2. Защита состоит из доклада студента по теме курсовой работы в течение 5-7 минут с использованием презентации и ответов на вопросы преподавателя. Студент должен: логично построить сообщение о выполненной работе, обосновать выводы и предложения; показать понимание теоретических положений, на основе которых выполнена работа; показать самостоятельность выполнения работы; дать правильные ответы на вопросы.

6.3. Решение об оценке курсовой работы принимается по результатам анализа предъявленной курсовой работы, доклада студента на защите и его ответов на вопросы.

6.4. Курсовая работа оценивается дифференцированной отметкой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

- Оценку «отлично» получают работы, в которых содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубоких знаний специальной литературы по данной теме.
- Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе, выполненной на достаточном теоретическом уровне, полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества.
- Оценку «удовлетворительно» имеют работы, в которых правильно освещены основные вопросы темы, но не проявилось умение логически стройного их изложения, самостоятельного анализа источников, содержатся отдельные ошибочные положения.
- Оценку «неудовлетворительно» студенты получают в случае, когда не могут ответить на замечания руководителя, не владеют материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы.

6.5 Студент, не предъявивший в установленный срок курсовую работу или не защитивший её по неуважительной причине, считается имеющим академическую задолженность.

6.6 Студенты, не защитившие курсовую работу по уважительной или неуважительной причине, имеют возможность защитить работу во время экзаменационной сессии, если иное не предусмотрено, на основании распоряжения учебной частью.

6.6. Курсовые работы после их защиты хранятся в кабинете преподавателя, а в конце учебного года сдаются по описи зав. Отделением

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1
Пример оформления титульного листа

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДА МОСКВЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ГОРОДА МОСКВЫ
«КОЛЛЕДЖ ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВА И СЕРВИСА №38»

Курсовая работа

по МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта

Тема: Оценка качества обслуживания на примере гостиницы «_____»

Студент: _____ Группа № _____

Работа выполнена: _____ / _____ /

Допущена к защите:

Оценка _____ «__» _____ 201__ г.

Преподаватель: _____ / _____ /

Руководитель СП и ПО _____ / _____ /

Москва 20__ г.

Содержание

Введение.....	3
1. Теоретическая часть. Теоретические основы оценки качества обслуживания.....	4
1.1 Понятие, сущность качества обслуживания.....	4
1.2 Общие методы оценки качества обслуживания.....	8
2. Практическая часть. Оценка качества обслуживания в гостинице «_____»	14
2.1 Общая характеристика гостиницы «_____»	18
2.2 Рекомендации по совершенствованию процесса анализа качества гостиничных услуг гостиницы «_____»	23
Вывод.....	28
Список литературы.....	29
Приложение А.....	31

Таблица 1

График работы смен службы приема и размещения

1-я смена (утренняя или иначе дневная)	2-я смена (вечерняя)	3-я смена (ночная)
с 7.00 до 15.30	с 13.00 до 21.30	с 21.30 до 7.00
с 8.30 до 17.30	с 14.00 до 22.00	с 22.00 до 8.30
с 7.00 до 16.00	с 14.00 до 22.30	с 22.30 до 7.00

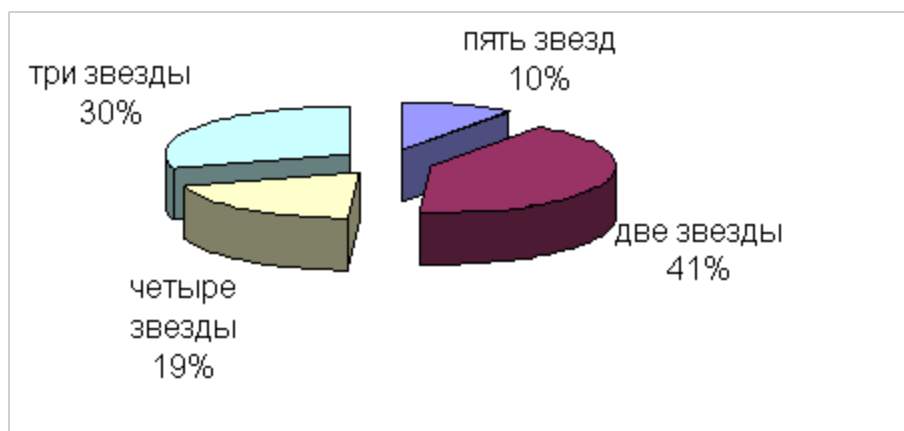


Рис. 1 Структура гостиничных предприятий различной звездности

Единый формат оформления пристатейных библиографических списков в соответствии с ГОСТ Р 7.05-2008 «Библиографическая ссылка» (Примеры оформления ссылок и пристатейных списков литературы)

- **Авторефераты**

Глухов В. А. Исследование, разработка и построение системы электронной доставки документов в библиотеке: Автореф. дис. канд. техн. наук. — Новосибирск, 2012. — 18 с.

- **Аналитические обзоры**

Экономика и политика России и государств ближнего зарубежья : аналит. обзор, апр. 2007, Рос. акад. наук, Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. — М. : ИМЭМО, 2014. — 39 с.

- **Диссертации**

Фенухин В. И. Этнополитические конфликты в современной России: на примере Северо-Кавказского региона : дис. ... канд. полит. наук. — М., 2012. - С.54—55.

- **Интернет-документы:**

Официальные периодические издания : электронный путеводитель / Рос. нац. б-ка, Центр правовой информации. [С П Б], 200520076. URL:<http://www.nlr.ru/lawcenter/izd/index.html> (дата обращения: 18.01.2015)

Логинова Л. Г. Сущность результата дополнительного образования детей // Образование: исследовано в мире: междунар. науч. пед. интернет-журн. 21.10.03. URL: <http://www.oim.ru/reader.asp?nomer=366> (дата обращения: 17.04.14)

<http://www.nlr.ru/index.html> (дата обращения: 20.02.2014)

Рынок тренингов Новосибирска: своя игра [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nsk.adme.ru/news/2006/07/03/2121.html> (дата о б р а щ е н и я : 17.10.14)

Литчфорд Е. У. С Белой Армией по Сибири [Электронный ресурс] // Восточный фронт армии Генерала А. В. Колчака: сайт. — URL: <http://east-front.narod.ru/memo/latchford.htm> (дата обращения: 23.08.2014)

- **Материалы конференций**

Археология: история и перспективы: сб. ст. Первой межрегиональной конф., Ярославль, 2013. 350 с.

Марьинских Д.М., Разработка ландшафтного плана как необходимое условие устойчивого развития города (на примере Тюмени) // Экология ландшафта и планирование землепользования: тезисы докл. Ксерос. конф. (Иркутск, 11-12 сент.200 г.). — Новосибирск, 2013. - С.125—128.

- **Монографии:**

Тарасова В. И. Политическая история Латинской Америки : учеб. для вузов. — М.: Проспект, 2014. — С.305—412.

Допускается предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, заменять точкой:

Философия культуры и философия науки: проблемы и гипотезы : межвуз. сб. науч. тр. / Саратов. гос. ун-т; [под ред. С. Ф. Мартыновича]. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2015. – 199 с.

Допускается не использовать квадратные скобки для сведений, заимствованных не из предписанного источника информации.

Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2013. – 494 с.

Заголовок записи в статье может содержать имена одного, двух или трех авторов документа. Имена авторов, указанные в заголовке, не повторяются в сведениях об ответственности. Поэтому:

Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.:ИНФРА-М, 2014. 494 с.

Если авторов четыре и более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000)

- **Патенты:**

Патент РФ № 2000130511/28, 04.12.2013.

Еськов Д.Н., Бонштедт Б.Э., Корешев С.Н., Лебедев Г.И., Серегин А.Г. Оптико-электронный аппарат // Патент России № 2122745. 2012. Бюл. № 33.

- **Статья из журналов или сборников:**

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопр. философии. – 2012. – №10. – С. 76–86.

Crawford, P. J. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works / P. J. Crawford, T. P. Barrett // Ref. Libr. – 2012. Vol. 3. № 58. – P.75–85.

Заголовок записи в ссылке может имена одного, двух или трех авторов документа. Имена авторов, указанные в заголовке, могут не повторяться в сведениях об ответственности.

Crawford P. J., Barrett T. P. The reference librarian and the business professor: a strategic alliance that works // Ref. Libr. 2012. Vol. 3. № 58. P.75–85.

Если авторов четыре или более, то заголовок не применяют (ГОСТ 7.80-2000):

Корнилов В. И. Турбулентный пограничный слой на теле вращения при периодическом вдуве/отсосе // Теплофизика и аэромеханика. – 2015. – Т. 13, №3. – С. 369–385.

Кузнецов, А. Ю. Консорциум – механизм организации подписки на электронные ресурсы // Российский фонд фундаментальных исследований: десять лет служения российской науке. – М.: Науч. мир, 2013. – С.340–342.

- **Электронный ресурс**

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства [Электронный ресурс]. – М. : Большая Рос. энцикл. [и др.], 2011. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Успех любого бизнеса, прежде всего определяет уровень профессиональной подготовки управленческого звена.

Перед руководителями средств размещения всегда стоит противоречивая задача – предоставлять гостям качественное обслуживание, не забывая, что это бизнес, в основе которого лежит извлечение прибыли. Цель бизнеса – привлекать и удерживать гостей, поскольку от этого зависит благосостояние гостиницы. Низкое качество услуг приводит к увеличению претензий, большим затратам на их устранение, стрессовым ситуациям, ухудшением отношений с гостями, неблагоприятной обстановке в коллективе и как итог уменьшение прибыли.

В этой конкурентной борьбе можно выиграть только качеством обслуживания. Гостиничный сервис является продуктом коллективного труда, и успех зависит, с одной стороны, от вклада каждого сотрудника, другой стороны, общей слаженности всех служб.

Причины многих неудач гостиниц кроется в неверно проводимой политике в области качества услуг и управления персоналом.

Гости чувствуют качество. Высокое качество обслуживания привлекает постоянных гостей, оно помогает гарантировать их возвращение. Сегодня средства размещения должны сделать все от них зависящее, чтобы сохранить своих гостей. Именно качество является основным, условием укрепления национальной экономики, развиты в индустрии гостеприимства и туризма в Российской Федерации.

Актуальность темы курсовой работы обуславливается тем, что в настоящее время наиболее жизнеспособными предприятиями оказывают то, которое ориентированы на клиента и его потребности, предоставляющие высокое качество услуг. Рассмотрение факторов, влияющих на качество гостиничных услуг, направленно на повышения уровня обслуживания эффективности гостиницы.

Цель курсовой работы – оценить качество обслуживания в гостинице «_____».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- раскрыть понятие, сущность качества обслуживания;
- рассмотрение общих методов оценки качества в гостинице;
- дать характеристику работы гостиницы «_____»;
- рассмотрение стандартов качества управления в гостинице;
- оценить и проанализировать рекомендации по совершенствованию процесса анализа качества гостиничных услуг гостиницы «_____».

Предметом курсовой работы является оценка качества обслуживания.

Объектом исследования курсовой работы является гостиница «_____».

ОБРАЗЕЦ

1. Теоретическая часть. Теоретические основы оценки качества обслуживания

1.1 Понятие, сущность качества обслуживания

Качество относится к разряду таких понятий, о которых все неоднократно слышали и имеют свое представление. Вместе с тем это представление лишь подчеркивает слишком субъективную трактовку содержания термина, в который каждый вкладывает что-то свое, полученное на личном опыте.

При разработке программы контроля качества необходимо руководствоваться следующими целями (см.рисунок 1).



Рис.1 Разработка программы контроля

1. сохранение имеющихся клиентов и расширение их круга за счет привлечения новых посетителей;
2. быстрое решение возникающих проблем, связанных с качеством предложения, благодаря установлению обратной связи;
3. возможность оценить мероприятия, улучшающие или ухудшающие качество гостиничного предложения в масштабах всей гостиницы;
4. постоянный контроль за мерами, принимаемыми для повышения качества (маркетинговый план)

5. создание основы для обучения и повышения квалификации персонала предприятия процессу продаж с применением традиций качества.

2. Практическая часть. Оценка качества обслуживания в гостинице «Севастополь»

2.1 Общая характеристика гостиницы «Севастополь»

Гостиница Севастополь представляет собой комплекс из двух 16-ти этажных корпусов. Гостиница построена к Олимпиаде 80-го года в экологически чистом районе на юге-западе Москвы с учетом оптимального расположения к основным воздушным воротам столицы и сообщения с ее центром. Номера в первом и втором корпусах отличаются своей комфортностью: в каждом номере телевизор, телефон, холодильник, ванна, туалет. Гостиничный комплекс расположен на юго-западе Москвы, в 15 - 20 минутах езды от центра, в 5-ти минутах ходьбы от метро "Каховская" и "Севастопольская", в экологически чистом районе, недалеко от лесопарковой зоны "Битца", в 30-40 минутах езды до аэропортов "Домодедово" и "Внуково". Прямая ветка метро до Павелецкого и Белорусского вокзалов, и до исторического центра Москвы.

В наше время гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще мы становимся свидетелями того, как открываются новый ресторан или гостиница. Новые концепции создаются с целью максимально полного удовлетворения потребностей определенных групп потребителей. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. В гостиничном хозяйстве слово «сервис» означает систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих самые разнообразные бытовые, хозяйственные и культурные запросы гостей. И с каждым годом эти запросы и требования к услугам повышаются. И чем выше культура и качество услуг обслуживания гостей, - тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она

для клиентов и, что не менее важно сегодня, - тем успешнее материальное процветание гостиницы.

Важной ответственной задачей

для гостиниц является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания. Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, 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.

В условиях сегодняшней конкуренции предприятия индустрии гостеприимства, если они хотят выжить, не могут больше опираться на традиционные неэффективные консервативные формы культуры производства.

Происходящий переход к рыночной экономике, поиск лучших управленческих решений в целях повышения качества гостиничных услуг заставляет высший менеджмент гостиниц обращаться к проблеме анализа качества, что обеспечивает актуальность выбранной темы.

В качестве основного решения стоящей перед гостиницей проблемы снижения наполняемости номерного фонда предлагается систематическое проведение анализа качества предоставляемых гостиничных услуг с целью оперативного реагирования на изменяющиеся запросы потребителей. В долгосрочной перспективе упомянутая система позволит создать базу для предоставления услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами, что в свою очередь, повысит уровень наполняемости гостиницы и финансовые показатели работы.

В наше время гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще мы становимся свидетелями того, как открываются новый ресторан или гостиница. Новые концепции создаются с целью максимально полного удовлетворения потребностей определенных групп потребителей. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из

них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. В гостиничном хозяйстве слово «сервис» означает систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих самые разнообразные бытовые, хозяйственные и культурные запросы гостей. И с каждым годом эти запросы и требования к услугам повышаются. И чем выше культура и качество услуг обслуживания гостей, - тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для клиентов и, что не менее важно сегодня, - тем успешнее материальное процветание гостиницы.

Важной ответственной задачей

для гостиниц является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания. Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, 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.

В условиях сегодняшней конкуренции предприятия индустрии гостеприимства, если они хотят выжить, не могут больше опираться на традиционные неэффективные консервативные формы культуры производства.

Происходящий переход к рыночной экономике, поиск лучших управленческих решений в целях повышения качества гостиничных услуг заставляет высший менеджмент гостиниц обращаться к проблеме анализа качества, что обеспечивает актуальность выбранной темы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В наше время гостиничная индустрия представляет собой отрасль с высоким уровнем конкуренции. Все чаще мы становимся свидетелями того, как открываются новый ресторан или гостиница. Новые концепции создаются с целью максимально полного удовлетворения потребностей определенных групп потребителей. Предприятия создаются, а через некоторое время часть из

них не выдерживает конкуренции и выходит из бизнеса. В гостиничном хозяйстве слово «сервис» означает систему мер, обеспечивающих высокий уровень комфорта, удовлетворяющих самые разнообразные бытовые, хозяйственные и культурные запросы гостей. И с каждым годом эти запросы и требования к услугам повышаются. И чем выше культура и качество услуг обслуживания гостей, - тем выше имидж гостиницы, тем привлекательнее она для клиентов и, что не менее важно сегодня, - тем успешнее материальное процветание гостиницы.

Важной ответственной задачей

для гостиниц является создание репутации предприятия высокого качества обслуживания. Высокое качество обслуживания гостей обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб гостиницы, 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.

В условиях сегодняшней конкуренции предприятия индустрии гостеприимства, если они хотят выжить, не могут больше опираться на традиционные неэффективные консервативные формы культуры производства.

Происходящий переход к рыночной экономике, поиск лучших управленческих решений в целях повышения качества гостиничных услуг заставляет высший менеджмент гостиниц обращаться к проблеме анализа качества, что обеспечивает актуальность выбранной темы.

В качестве основного решения стоящей перед гостиницей проблемы снижения наполняемости номерного фонда предлагается систематическое проведение анализа качества предоставляемых гостиничных услуг с целью оперативного реагирования на изменяющиеся запросы потребителей. В долгосрочной перспективе упомянутая система позволит создать базу для предоставления услуг более высокого качества по сравнению с

конкурирующими аналогами, что в свою очередь, повысит уровень наполняемости гостиницы и финансовые показатели работы.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Принят Государственной Думой 4 октября 2010 года.
2. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Утверждены Постановлением Правительства Российской Федерации 25 апреля 2011 г. № 490.
3. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Принят Государственной Думой 5 декабря 2012 года.
4. Журнал №9 «Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание» М.: Альфа – М; ИНФРА-М, 2011., 70 с.
5. Журнал №38 «Маркетинг в индустрии гостеприимства» ООО «Вершина», 2012., 60 с.
6. Журнал №78 «Менеджмент гостиниц и ресторанов» ООО «Новое знание», 2012., 60 с.
7. Бородина В.В Ресторанно-гостиничный бизнес: Учет, налоги, маркетинг, менеджмент. Издат-во Книжный мир, 2011
8. Веселова К.И. Современные направления специализации гостиниц, Р-н-Д., Феникс, 2012
9. Джанджугазова Е. Маркетинг в индустрии гостеприимства. – М., 2010.
10. Комфорт в отеле: желания гостей и цели владельца можно объединить // Гостиница и ресторан: бизнес и управление. – 2011. - № 7.
11. Мазур И. И. Управление качеством: Учеб. пособие. – М., 2011.
12. Морозова Н.С. Развитие предпринимательства в гостиничном бизнесе, Ростов, РосНОУ, 2011
13. Новицкий А.Г. Экономика и организация предпринимательской деятельности в сфере сервиса, 2010

14. Огвоздин В. Ю. Управление качеством: основы теории и практики. – М.: Дело и Сервис, 2010.
15. «Российский гостиничный бизнес в 2011 году», Борисова Е. , журнал «Парад отелей», №4, 2011
16. Сенин В. С., Денисенко А. В. Гостиничный бизнес: Учеб. Пособие – М: Финансы и статистика, 2012.
17. Скобкин С. С. Как создать систему качества услуг в гостинице. Журнал — М.: Парад отелей 2011 № 5 (17)
18. Трофимова Е. О состоянии гостиничного бизнеса России // Утро 22.10.2010
19. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. – М.: Финансы и статистика, 2010.
20. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство , М: Кронус, 2012
21. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. Учебное пособие, М., РДЛ, 2010
22. <https://yandex.ru/search/?text=www.hotelnews.ru&lr=213>
23. <http://www.hospitality.ru/01.01.01.01/news.aspx>
24. http://www.hotelcosmos.ru/hotel/about_hotel/
25. <http://www.hoteldiscount.ru/news/thailand/2015.11.15-4-luxury-otelya-v-tajlande>