




**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Казанский инновационный университет
имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)»
КОЛЛЕДЖ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор

 **Ю.В. Хадиуллина**

**Методические указания к выполнению курсовых работ по
профессиональному модулю
ПМ.04 Продажи гостиничного продукта
МДК 04.01. Организация продаж гостиничного продукта
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
43.02.11 Гостиничный сервис**

Разработчик:

Арбузова М.В., старший преподаватель кафедры гостиничного и туристического бизнеса

Методические указания подготовлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования и предназначено для студентов, обучающихся по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Программа рассмотрена на заседании кафедры гостиничного и туристического бизнеса

Протокол заседания № 10 от «29» июня 2018 г.

Зав. кафедрой гостиничного

и туристического бизнеса, д.э.н., проф.  /Л.Б. Шабанова/

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	4
2. ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ	6
3. СТРУКТУРА РАБОТЫ	9
4. ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	12
5. РАБОТА С РЕЦЕНЗИЕЙ И ПОДГОТОВКА К ЗАЩИТЕ.....	17
6. ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ И ПОРЯДОК ЕЕ ОЦЕНКИ.....	17
7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ.....	19
8. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	23
9. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	26

1. Пояснительная записка

Курсовая работа – одна из важнейших форм самостоятельного изучения студентами научной литературы, нормативного материала; она дает возможность пополнять свои знания, ориентироваться в стремительном потоке научной и политической информации, оценивать общественные явления и процессы. Кроме того, курсовая работа является одной из форм контроля знаний и умений студента со стороны преподавателя, позволяет проверить, насколько успешна их самостоятельная работа, а также отношение к изучаемой дисциплине.

Курсовая работа имеет своей целью:

- систематизацию, закрепление и расширение теоретических и практических знаний и применение этих знаний на практике;
- развитие навыков ведения самостоятельной работы, овладение методикой исследования и решение проблем и вопросов, разрабатываемых в курсовой работе;
- выявление подготовленности студентов к самостоятельной, исследовательской работе.

Курсовая работа является неотъемлемой составной частью учебного процесса при освоении профессионального модуля ПМ 04 Продажи гостиничного продукта в рамках МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта

Общие (ОК) и профессиональные (ПК) компетенции обучающегося, формируемые при выполнении курсовой работы:

Общие компетенции:

- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК-1);
- организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК-2);
- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК-3);
- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК-4);
- использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК-5);
- работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК-6);
- брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий (ОК-7);

– самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК-8);

– ориентироваться в условиях частой смены технологии в профессиональной деятельности (ОК-9);

Профессиональные компетенции:

– выявлять спрос на гостиничные услуги (ПК-4.1.);

– формировать спрос и стимулировать сбыт (ПК-4.2);

– оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг (ПК-4.3);

– принимать участие в разработке комплекса маркетинга (ПК-4.4).

В процессе подготовки курсовой работы студент должен показать умение применять полученные теоретические знания, работать с первичными данными и литературными источниками, проводить анализ с целью выявления имеющихся ресурсов и обосновывать эффективность их использования.

Курсовая работа выполняется студентом самостоятельно в порядке индивидуального задания, в течение семестра. Обязательными требованиями, предъявляемыми к курсовым работам, являются:

– четкость постановки цели и задач исследования;

– логическая последовательность изложения материалов;

– конкретность изложения результатов исследований;

– обоснованность рекомендаций и предложений.

Следует особо подчеркнуть, что курсовая работа - это самостоятельный научно-исследовательский труд студента. Поэтому ее выполнение требует активного и инициативного отношения к ней со стороны автора. Это означает, в частности, что студент должен:

– самостоятельно составлять план работы;

– подбирать и изучать литературу по теме;

– выбирать конкретные методы решения тех или иных задач или разрабатывать их самостоятельно;

– продумывать форму представления информации;

– способы изложения результатов (описательный, табличный, графический, иллюстративный и т.д.);

– выполнять все необходимые расчеты.

Выполнение курсовой работы помогает студенту выработать навыки логического анализа содержания монографических работ, нормативного материала, учебной литературы, развивает умение правильно формулировать и раскрывать теоретические положения, способствует овладению правильной терминологией, возможности высказывать практические рекомендации, предложения, делать самостоятельные выводы, что имеет важное значение для

будущего специалиста и, в конечном счете, направлено на более глубокое и прочное усвоение программного материала.

2. Порядок выполнения курсовой работы

Выполнение студентом курсовой работы осуществляется на заключительном этапе освоения профессионального модуля.

Курсовая работа является для студентов первым опытом научного исследования, которое представляет собой спланированный трудовой процесс, состоящий из ряда вытекающих одна из другой стадий.

Весь процесс написания курсовой работы условно можно разделить на следующие этапы:

- выбор темы и составление предварительного плана работы;
- сбор научной информации, относящейся к теме исследования (прежде всего работа с библиографией), изучение литературы;
- анализ составных частей проблемы, изложение темы;
- обработка материала в целом;
- уточнение плана работы;
- оформление курсовой работы, представление ее на кафедру для регистрации и рецензирования;
- работа с рецензией и устранение указанных замечаний;
- защита курсовой работы.

Примерная тематика курсовых работ разрабатывается кафедрой гостиничного и туристического бизнеса и периодически пересматривается с учетом актуальности и практической значимости. Студенты должны внимательно ознакомиться с тематикой курсовых работ, имеющейся на кафедре, выбрать тему и сообщить о ней менеджеру кафедры. Можно предложить свою собственную тему исследования, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Выбор темы определяется уже накопленной студентом суммой знаний по гостиничному сервису и смежным дисциплинам. Следует избегать повторения тем внутри группы, для чего в группе составляется список уже выбранных студентами, с которым необходимо произвести сверку. В выборе темы помощь может оказать преподаватель.

Студент, проявив самое серьезное отношение к курсовой работе, правильно распределив время, работая без спешки, планомерно и систематически, обеспечит ее успешное выполнение. Наличие плана курсовой работы позволяет осветить в ней только те вопросы, которые относятся к теме, обеспечить четкость и последовательность в изложении материала, избежать пробелов и повторений, научно организовать самостоятельный труд. Выбор

темы и составление плана не должны происходить механически. Предварительно необходимо ознакомиться с соответствующим разделом учебника, понять содержание темы, определить ее место и значение в изучаемом курсе.

Для четкого определения круга вопросов, которые необходимо рассмотреть, каждую главу можно поделить на параграфы. При этом следует помнить, что излишнее перегружение плана работы множеством вопросов нецелесообразно. Первый признак неправильно составленного плана – повторение одним из вопросов названия всей темы, каждый отдельный вопрос должен раскрывать только ее часть.

После составления плана работы необходимо согласовать его с научным руководителем. Без такого согласования приступать к раскрытию темы не рекомендуется, так как неудачно составленный план может свести на нет всю последующую работу.

В основе успешного выполнения курсовой работы лежит сбор научной информации. Рекомендованы основные источники, которые имеются в библиотеке колледжа. Для расширения круга источников полезно использовать возможности различных библиотек.

Помимо монографической литературы можно почерпнуть полезную информацию из различных журналов: «Гостиница и ресторан: бизнес и управление», «Гостиничное дело», «Отель», «Отдел продаж», «Отель. Современный бизнес», «Ресторанное и гостиничное дело», «Стандарт 5 звезд», «Пять звезд», «Современный отель», «Hotels» и др.

Особого внимания заслуживают такие источники информации как информационно-правовые системы «Гарант» и «Консультант Плюс». В них студент сможет не только познакомиться с различными нормативно-правовыми актами, но и монографиями, учебниками, статьями. Компьютерные залы колледжа подключены к указанным системам.

Список используемой литературы должен быть полным и включать основополагающие монографические работы, учебные пособия, нормативный материал и журнальные статьи. Изучение периодической литературы следует начинать с работ, опубликованных в последние годы (не позднее 2012 года). После консультации с научным руководителем по отобраннным источникам студент приступает к углубленному изучению необходимой литературы.

Для того чтобы получить цельное представление об изучаемой проблеме, начинать работу с литературой следует с прочтения записи соответствующей лекции или главы в учебнике. Прежде чем делать выписки из монографической литературы, следует прочитать произведение или его законченную часть полностью, уловить основную мысль автора, сопоставить ее с имеющимся у вас планом работы, сделать пометки с помощью закладок, а

затем уже приступать к изложению основных положений в специально отведенных для этого тетрадях (компьютерных файлах). Изучение иной специальной литературы, нормативных актов производится в таком же порядке.

Рекомендованные кафедрой для подготовки курсовых работ источники подобраны с учетом существования различных точек зрения по избранной теме, поэтому не увлекаться частым цитированием работы одного или нескольких авторов. Следует изучить и рекомендованные журнальные статьи, где отражены новые взгляды на систему продаж в гостиничной индустрии. Некоторые источники прошлых лет рекомендованы для изучения с целью выработки навыков критического осмысления отраженных в них позиций авторов. При этом необходимо помнить, что и в старых изданиях многие проблемы и категории правоведения разработаны с научных позиций и не являются политически и идеологически конъюнктурными. Сопоставление различных суждений – неперемное условие выполнения научной работы.

Изложение темы должно проводиться в определенных рамках. Во-первых, уточняется категориальный аппарат, на который следует опереться при анализе, четко и конкретно излагается предмет исследования, дается формулировка того или иного теоретического постулата в виде развернутого определения.

После того как составлен план, подобран и соответствующим образом обработан библиографический материал, можно приступать к написанию курсовой работы. Это весьма трудоемкий и ответственный этап, так как здесь студент должен проявить умение самостоятельно мыслить, анализировать данные, делать обобщения, выводы и конкретные предложения для практической части работы. На этом этапе можно конкретизировать план работы.

При написании работы студент обязан давать ссылки на автора и источник литературы, откуда была использована информация. Категорически запрещается механическое переписывание текстов учебников, других источников. Нарушение данного требования влечет за собой неудовлетворительную оценку работы, и она не может быть допущена к защите.

Очень важно, чтобы курсовая работа обладала новизной, т.е. заключала в себе что-то новое: новые факты и, возможно, их оригинальную интерпретацию, новый метод, апробацию известных методов на конкретном фактическом материале, новые теоретические положения, прикладные задачи, новый способ представления информации и т.п. Это значит, что курсовая работа должна иметь аналитический характер, т.е. содержать не только описание явлений и фактов, но и попытку объяснения их характера и

происхождения, формулировку предположения о причинах тех или иных процессов и явлений и т.п. Простое описание и констатация фактов не могут составлять содержание курсовой работы: весь исходный фактический материал должен быть творчески осмыслен.

Предложенные студентом в курсовой работе решения должны быть строго аргументированы и критически оценены по сравнению с уже известными научными фактами.

Студенты выполняют курсовую работу под руководством преподавателя кафедры «Гостиничного и туристического бизнеса». Выполненная работа представляется на указанную кафедру для проверки. Если работа соответствует предъявляемым требованиям, преподаватель оценивает ее положительно и в письменной форме в виде рецензии сообщает об этом студенту. Неудовлетворительно выполненная работа подлежит переработке в соответствии с замечаниями преподавателя, содержащимися в рецензии. При условии положительной оценки преподавателем, курсовая должна быть защищена студентом в установленную дату. Защищенная курсовая работа студенту не возвращается и хранится в архиве колледжа.

3. Структура работы

Курсовая работа, выполняемая студентами по профессиональному модулю ПМ.04 «Продажи гостиничного продукта» в рамках МДК.04.01 «Организация продаж гостиничного продукта» должна состоять из следующих частей:

- титульного листа;
- содержания;
- введения,
- основного текста,
- заключения;
- списка использованной литературы.

Титульный лист – это начальный лист курсовой работы, в верхней части которого указывают полное наименование учебного заведения: Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова (ИЭУП) Колледж; в нижней правой части ФИО исполнителя и научного руководителя, и в самой нижней части листа город и арабскими цифрами без слова «год» год оформления работы.

Весь текст на титульном листе печатается – 14 шрифтом Times New Romans, а название курсовой работы 18 шрифтом.

Образец оформления титульного листа приводится в *Приложении 1*.

Содержание (оглавление или план) – отражает логику изложения материала, порядок построения работы и взаимосвязь ее отдельных частей. Это перечень разделов, параграфов или пунктов, составленный в той последовательности, в какой они даны в работе, где указывают номер страницы, на которой содержится начало раздела, параграфа. Содержание прилагают после титульного листа (на второй странице работы), так как при проверке и использовании работы это дает возможность сразу понять ее структуру.

Образец оформления приводится в *Приложении 2*.

Курсовая работа в соответствии с планом начинается с введения. Во введении сосредоточен научный аппарат работы. Изначально отмечается актуальность темы курсовой работы, ее место в изучаемом курсе, показывается степень ее разработанности в различных трудах ученых и нормативных актах. Далее обозначается цель, задачи работы, методы исследования, предмет, объект работы, ее теоретическая основа, структура. При возникновении сложностей в написании и оформлении введения необходимо обращаться к научному руководителю.

В основной части работы логически последовательно раскрываются поставленные вопросы.

Как правило, основная часть курсовой работы делится на теоретическую и практическую. Каждая из глав подразделяется на параграфы.

В первой главе (теоретическая часть) особое внимание обращается на понятия и категории, которые рассматриваются в данной теме. Нужно соблюдать логику изложения, используя основные способы – от общего к частному или от частного к общему. Необходимо отразить состояние проблемы на данный момент, раскрыть содержание основных категорий, показатели, закономерности, структуру, присущие данному процессу (объекту исследования). Особое внимание следует уделить методам исследования, представить различные точки зрения специалистов по рассматриваемым вопросам, а также дать свою оценку существующих и новых, нетрадиционных подходов.

При написании теоретической части курсовой работы необходимо использовать различные методы исследования: традиционные (описательный, сравнительный), статистические, математические; математического моделирования и другие. В своей курсовой работе студенту, необходимо показать какие методы были им отобраны для описания своего объекта исследования, и почему именно эти методы «работают» лучше для достижения поставленной цели в работе.

Вторая глава (практическая часть) носит аналитический характер. В ней студентом дается глубокий анализ состояния исследуемых вопросов применительно к объекту исследования, разработку и обоснование конкретных мероприятий, направлений и т.п., позволяющих улучшить существующее положение.

При написании практической главы можно использовать различные материалы базового предприятия – нормативную, проектную и плановую документацию, бухгалтерскую, статистическую, оперативную отчетность и др., проработать учебную литературу по исследуемому вопросу. Здесь же разрабатываются конкретные предложения и рекомендации.

Любой вопрос, как и работа в целом, должен состоять из введения, основной части и заключения (вывода). Вывод необходимо делать в конце каждого параграфа. Для его оформления делается отступ в один интервал, вывод начинается словами: «Таким образом,...», «Итак,...», «Следовательно,...» и т.п.

В основной части работы показывается глубокое понимание сущности избранной темы, знание используемых источников, умение сопоставлять различные точки зрения. Важно не механическое сопоставление отдельных позиций или их бездоказательная критика, а стремление к тому, чтобы главные моменты были подкреплены теоретическими положениями, фактами и примерами из практической деятельности. При добротном владении материалом не возникает излишней необходимости частого цитирования авторов, исчезает фрагментарность изложения.

Поскольку курсовая работа является результатом самостоятельного изучения слушателями избранной темы, она должна быть написана своими словами, содержать необходимые обобщения и выводы. Все цитаты должны подтверждаться сносками на используемые источники.

В заключении автор подводит итог сделанной работы, указывает, с какими трудностями пришлось столкнуться при изложении избранной темы, выделяет узловые или вызвавшие интерес проблемы. Обобщения и выводы необходимо излагать четко, кратко.

Список использованной литературы помещается в курсовой работе непосредственно после заключения. Общее количество литературных источников, на которые в курсовой работе делаются ссылки для студентов IV курса – не менее 20. В список литературы включаются только те источники, на которые есть ссылки в тексте.

Курсовая работа может иметь приложения. В приложениях дается вспомогательный материал: таблицы цифровых данных, извлечения из инструкций, других документов, методические материалы, иллюстрации вспомогательного характера (схемы, рисунки) и другие материалы.

4. Оформление курсовой работы

Курсовая работа должна быть оформлена в полном соответствии с предъявляемыми к ней требованиями. Курсовая работа должна обязательно иметь титульный лист и содержание (Приложение 1 и Приложение 2).

Установки для печатания текста:

- текст печатается – 14 шрифтом Times New Romans;
- поля: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см;
- межстрочный интервал – полуторный;
- абзацный отступ должен быть одинаковым и равен 1,27.

Текст и другие, отпечатанные и вписанные элементы работы должны быть черными, контуры букв и знаков – четкими, без ореола и затенения. Названия глав и параграфов выделяются полужирным шрифтом. Поля слева оставляют для переплета, справа – во избежание неправильных переносов из-за неуместившихся частей слов. Нумерация страниц текста делается в правом верхнем углу листа. Проставлять номер страницы необходимо со страницы, где печатается «Введение», на которой ставится цифра «3». После этого нумеруются все страницы, включая приложения.

Основная (текстовая) часть курсовой работы делится на две главы, которые, в свою очередь, состоят из трех параграфов. Глава нумеруется одной арабской цифрой, ее параграфы – двумя цифрами. Первая из цифр соответствует номеру главы, вторая – означает номер параграфа. Например, цифра 2.2. означает вторая глава второй параграф. При такой нумерации слово «глава» и знак § не используются. Введение, заключение, список литературы и приложение не нумеруются.

Между названием главы и названием параграфа этой главы пробел ставится (равный двум интервалам), а название параграфа не должно отделяться от текста этого параграфа пробелом. Названия параграфов отделяются от текста предыдущего параграфа пробелом (равным двум интервалам). Заголовки глав и параграфов в тексте работы должны располагаться по центру без абзацного отступа, точку в конце названия главы и параграфа не ставят. Не допускается переносить часть слова в заголовке.

Научный текст пишется от третьего лица (например, не «я считаю», а «автор считает», «мы считаем», «на наш взгляд» и т.д.).

В работе не допустимы ошибки, помарки, исправления. Сокращения слов не допускается. Возможны сокращения в названиях нормативных актов. При этом при упоминании в работе документа в первый раз дается полное наименование, а далее в скобках указывается сокращенный вариант. Например, «согласно п.3 Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации (далее – ППГУ)». При ссылке на определенную статью

нормативного акта сначала указывается пункт, затем номер статьи, далее название нормативного акта. Например, «Расходы в зависимости от их характера, а также условий осуществления и направлений деятельности налогоплательщика подразделяются на расходы, связанные с производством и реализацией, и внереализационные расходы (п. 2 ст. 252 НК РФ)». При цитировании отрывка курсовой работы во время защиты следует избегать любых сокращений в устной речи.

Все слова в тексте пишутся полностью, за исключением общепринятых сокращений: км, т, кг и др.; словосочетаний «и т.д.», «и т.п.», «и др.», которые употребляются в конце фраз, союза «то есть» (т.е.), или аббревиатур – ППГУ, ВТО и т.п. Кроме того, допускается сокращение часто употребляемых в работе терминов с обязательной их расшифровкой при первом употреблении: ЕРЧ – единый расчетный час, ЦБ – ценные бумаги и др.

Если в работе используется формула, то она размещается в середине страницы, а справа в скобках указывается ее номер. Формулы в курсовой работе должны нумероваться арабскими цифрами. Номер формулы заключают в круглые скобки и помещают на правом поле, на уровне нижней строки формулы, к которой он относится. Например,

$$X = 2Y + Z \quad (1)$$

Пояснение символов, коэффициентов рекомендуется приводить непосредственно под формулой в той последовательности, в какой они даны в формуле. Значение каждого символа и коэффициента приводится с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Если в тексте ссылок на формулы немного, то обычно используется сквозная нумерация: (1), (2), (3) и т.д.

Курсовые работы не обходятся без таблиц, так как это основной способ систематизированного представления цифровой информации. Форма каждой таблицы должна быть хорошо продумана. Важнейшие требования к таблице состоят в том, чтобы она содержала весь необходимый материал и была легко читаема. Таблица помещается после первого упоминания о ней в тексте курсовой работы, а большие таблицы, не уместяющиеся на одной странице необходимо выносить в Приложение. Все таблицы должны иметь порядковый номер и название, отражающее содержание. Слово «Таблица» и ее порядковый номер (без знака №) пишется в правом верхнем углу, а ниже, посередине указывается заголовок таблицы без абзацного отступа, а затем сама таблица. Правила нумерации таблиц те же, что и для формул, т.е. нумерация может быть сквозной или соотноситься с номером раздела (*Приложение 3*), например, 1.2.3 (1 – раздел главы; 2 – подглава; 3 – порядковый номер таблицы).

Если таблица целиком заимствована, то за названием следует ссылка на источник. Если таблица составлена по печатным источникам (различные справочники и т.п.), то ссылка выполняется в виде: (составлено по ...), т.е. перечисляются все источники.

Авторство не указывается, если таблица составлена исполнителем курсовой работы на основе первичных материалов. Если таблица составлена самим автором работы, то внизу должно быть указано: составлено автором на основе... данных.

В тексте курсовой работы или в приложении могут использоваться диаграммы, схемы, графики и т.д. все они именуется рисунками. Перечисленный иллюстративный материал позволяет лучше воспринимать содержание работы, но подходить к этому вопросу следует продуманно. Целесообразно найти оптимальный вариант соотношения иллюстративного материала и таблиц с текстовой частью.

Рисунок оформляется следующим образом: слово рисунок пишется в тексте полностью, в скобках сокращенно. Например, на рисунке 1.3.2. представлен цикл продаж в гостиничном бизнесе или «...цикл продаж в гостинице имеет свои особенности (рис. 1.2.1.). Где 2.2.1. (где 2 – раздел главы; 2 – подглава; 2 – порядковый номер рисунка) (без знака №), название рисунка пишется рядом с номером. Т.е. рисунки нумеруются по тем же правилам, что и формулы, таблицы, и помещаются же после первого упоминания о них в тексте. Легенда должна располагаться справа.

Схемы, рисунки должны иметь четкие пояснения. На графиках и гистограммах указывается размерность и обозначение показателей, например, черная линия это загрузка за март месяц, красная – за апрель, и т.д. Обычно это делается или рядом или под графиком или диаграммой. На заимствованный материал всегда делается ссылки (*см. образец в приложении 3*).

Примечание:

- принцип нумерации формул, таблиц и рисунков должен быть одинаковым и соотноситься с нумерацией разделов работы;
- таблицы, рисунки и прочий иллюстративный материал должны размещаться без разрыва и только на одной странице. После названия таблицы, рисунка, раздела и т.д. точка не ставится;
- все страницы работы, включая иллюстрации и приложения, нумеруются по порядку до последней страницы без пропусков и повторений;
- титульный лист и лист оглавления не нумеруют. Нумерация начинается с листа «Введение», где ставится цифра «3»;
- после заголовков обязательно нужен интервал – «один пробел», а размещать их на листе по центру без абзацного отступа.

В списке использованной литературы указываются источники (учебники, монографии, научные статьи, справочники, инструкции, постановления, указы, законы, и т.д.). Ссылки на Интернет-ресурсы обязательны. Все вспомогательные материалы, необходимые для повышения наглядности работы и подтверждения выводов и предложений приводятся в приложении.

Список литературы составляется в следующей последовательности:

– нормативно-правовые материалы. Всего в данном разделе должно быть не менее трех источников;

– специальная литература. В этом разделе списка использованных источников специальной литературы должно быть указано не менее 15 наименований;

– Интернет-источники.

В библиографии указываются все использованные источники, а не только цитируемая по тексту литература.

Следует указать на особенность оформления нормативно-правовых актов. Если в работе используется нормативная литература, то она указывается первой, в разделе «Нормативно-правовые акты». В законодательные и другие официальные материалы включаются международные акты, конституции, федеральные конституционные законы, законы Российской Федерации, указы Президента России, постановления Правительства, приказы министерств, ведомств, нормативные акты субъектов Российской Федерации и т.п. в соответствии с установленной последовательностью, соответствующей их юридической силе. При перечислении равных по силе нормативных актов, первыми указываются те, что были приняты ранее.

Например,

1. О защите прав потребителей: Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 (ред. 03.07.2016г.) // «Собрание законодательства РФ». – 15.01.1996. – № 3. – Ст. 140; «Российская газета». – № 8. – 1996. – 16 января.

Ссылка на литературные источники, статистические и нормативные материалы, использованные автором при написании курсовой работы, должны размещаться сразу после упоминания о нем или после цитаты из него в скобках проставляют номер, под которым оно значится в списке, например: Дж.Уокер [17] считает «...». Если ссылаются на определенные страницы произведения, ссылку оформляют следующим образом: в своей работе С.С. Скобин [20, с. 119] писал «...». При ссылке на многотомное издание указывают также и номер тома, например, [18, т. 2, с. 755]. Если ссылаются на произведения одного и того же автора несколько раз или на

работы нескольких авторов, то в скобках указываются номера этих работ, например: «ряд авторов [59, 69, 93] придерживаются мнения.....».

Правила составления списка специальной литературы следующие:

1) список литературы составляется в алфавитном порядке с цифровой нумерацией, а в тексте выполнены в виде [2, с. 137];

2) описание литературного источника имеет следующую структуру:

- сведения об авторе или авторах книги;
- название учебника, монографии, статьи;
- сведения о повторности изданий;
- место издания и год издания;
- количество страниц.

Например,

Мазилкина Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие / Мазилкина Е.И. – М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 207 с.

В списке литературы каждый источник пишется с нового абзаца.

Электронные источники, которые представлены только в Интернете, помещаются в списке самыми последними в отдельную рубрику – «Интернет – источники» и должны быть представлены следующим образом:

Интернет адрес / автор, статья. расшифровка Интернет адреса - кому этот адрес принадлежит.

Например,

Микляев В. Отельные должны сконцентрироваться на прямых продажах в сети. Искусство гостеприимства. Медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса. Современный отель. Режим доступа: <http://www.hotelexecutive.ru/article.php?numn=12357> – свободный. Проверено 01.09.2016г.

Объем курсовой работы не должен превышать 45 страниц машинописного текста (без учета приложений). Значительное превышение или недобор установленного объема являются недостатком работы и указывают на то, что студент не сумел отобрать и переработать нужный материал. В качестве рекомендации может быть предложен следующий объем написания различных частей работы: 3-4 листа введение, 10-12 листов одна глава курсовой работы (по 4-5 страниц один параграф), 2-3 листа заключение. Главы работы должны быть соразмерными друг другу.

Курсовая работа сшивается в скоросшиватель с прозрачной обложкой. Работа подшивается в следующей последовательности:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- основная часть (текст);
- заключение;
- список использованной литературы;

– приложения.

После написания и оформления работы студент должен сдать ее вместе с электронным ее вариантом, записанном на диске в деканат колледжа и зарегистрировать в журнале регистрации курсовых работ.

5. Работа с рецензией и подготовка к защите

Написанная студентом курсовая работа сдается для рецензирования. Это необходимое условие для того, чтобы в соответствии с рецензией организовать переработку темы и подготовиться к защите курсовой работы.

Главное назначение рецензии – оказать помощь студенту в самостоятельной работе над курсом, дать конкретные методические советы по устранению недочетов, по дальнейшему углублению знаний. Студенту следует внимательно прочитать рецензию, обдумать все замечания по содержанию и оформлению работы, стилю, грамотности изложения.

В рецензии на курсовую работу содержится предварительная оценка и вывод: «Работа допускается к защите» или «Работа не допускается к защите». Окончательная же оценка дается после защиты. Если работа не допущена к защите, то она должна быть студентом переработана в соответствии с рецензией и вновь представлена руководителю в установленные сроки.

Работа не допускается к защите, если она не носит самостоятельного характера, списана из литературных источников или взята из Интернета, если основные вопросы не раскрыты, изложены схематично, в тексте содержатся ошибки, текст написан небрежно.

Если в рецензии имеются замечания, которые неясны студенту с помощью рецензента уяснить суть замечаний. При наличии ошибок в работе, студенту следует уяснить суть своих ошибок, а затем исправить их. Очень важно обратить внимание на пожелания и рекомендации рецензента, изучить дополнительные источники, указанные рецензентом.

Таким образом, подготовка к защите курсовой работы включает устранение ошибок и недостатков, изучение дополнительных источников, указанных в рецензии, осмысление написанного в работе, готовность объяснить любые приведенные в работе положения.

6. Защита курсовой работы и порядок ее оценки

Защита и оценка курсовой работы – это подведение итогов самостоятельной работы студента.

Защита курсовой работы проходит публично.

К защите курсовой работы студент должен:

- составить текст выступления (подготовить доклад, презентацию), отражающего актуальность выбранной темы и наиболее интересные выводы;
- изучить замечания, сделанные в рецензии научного руководителя и подготовить на них мотивированные ответы;
- продумать ответы на возможные вопросы, которые могут быть заданы во время защиты курсовой работы членами комиссии.

Студенту предоставляется слово для представления выполненной курсовой работы. В своем выступлении студент должен кратко обосновать актуальность темы, проблемы и наиболее значимые результаты своего исследования.

Не рекомендуется зачитывать текст своего выступления. По окончании изложения основного содержания работы – зачитывается рецензия руководителя и студенту задаются вопросы. Ответы на вопросы и замечания должны быть четкими, краткими, при этом быть достаточно полными.

При оценке курсовой работы принимаются во внимание:

- содержание работы, полнота раскрытия темы, глубина освоения материала, качество подбора и использования источников, степень самостоятельности выводов;
- оформление работы, его качественность;
- качество публичной защиты (в том числе ответы на замечания руководителя, ответы на вопросы присутствующих на защите).

Критерии оценки:

Оценку **«отлично»** получают те работы, в которых содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубоких знаний литературы по данной теме, а оформление работы соответствует требованиям.

Оценка **«хорошо»** ставится тогда, когда в работе полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества. Имеются небольшие отклонения от требований по оформлению курсовой работы.

Оценку **«удовлетворительно»** студент получает в случае, когда не может ответить на замечания рецензента, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы.

Оценку **«неудовлетворительно»** студент получает в случае, когда не может ответить на замечания рецензента, не владеет материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы, по оформлению работы много замечаний, которые студент отказывается исправить.

Лучшие курсовые работы могут быть рекомендованы на конкурс студенческих научных работ, использованы для выступления на студенческих конференциях, а также в качестве рефератов на семинарских занятиях.

7. Примерная тематика курсовых работ

1. Выбор технологии продаж в зависимости от особенностей гостиничного продукта.
2. Клиентоориентированный подход в гостиничной индустрии.
3. Потребительская мотивация и ее влияние на технологию продаж гостиничного продукта.
4. Процесс принятия решения о покупке гостиничного продукта.
5. Совершенствование каналов распределения гостиничного продукта.
6. Электронная коммерция в гостиничной индустрии.
7. Выставочная деятельность гостиничного предприятия.
8. Технологии личной продажи в гостиничной индустрии.
9. Способы организации эффективных продаж номерного фонда гостиничного предприятия.
10. Презентация гостиничного продукта.
11. Телефонная коммуникация в гостинице.
12. Разработка рекомендаций по изучению и учету жалоб и потребительских предпочтений на предприятиях гостиничного бизнеса.
13. Разработка рекомендаций по формированию и продвижению имиджа предприятия гостиничного предприятия.
14. Разработка стратегии продвижения гостиничного продукта на основе работы с ключевыми клиентами.
15. Пути повышения эффективности продаж гостиничного продукта в современных условиях.
16. Управление маркетингом с целью совершенствования конкурентоспособности гостиничного предприятия.
17. Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта для различных целевых сегментов.
18. Разработка гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей.
19. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг г. Казани.
20. Разработка программы маркетинговых мероприятий в зависимости от стадии жизненного цикла гостиничного продукта.

21. Разработка маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта.
22. Основные пути совершенствования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.
23. Развитие дополнительных и сопутствующих услуг в средствах размещения для привлечения клиентов.
24. Оценка влияния кадрового потенциала на эффективность продаж гостиничного продукта.
25. Внутренний маркетинг в управлении продажами гостиничного продукта.
26. Управление продажами на предприятиях гостиничного бизнеса.
27. Разработка маркетинговой стратегии в целях повышения эффективности продаж на предприятиях гостиничного бизнеса.
28. Особенности технологии продаж в условиях выхода гостиничного предприятия на новые рынки
29. Анализ маркетинговых возможностей гостиницы в целях повышения эффективности продаж гостиничного продукта.
30. Совершенствование ценовой стратегии гостиничного предприятия.
31. Разработка эффективных мероприятий сбытовой политики гостиничного предприятия.
32. Особенности организации продаж в сетевых отелях.
33. Разработка рекомендаций по организации работы службы приема и размещения гостей в малых отелях.
34. Разработка рекомендация по организации позиционирования гостиничного продукта.
35. Процесс продаж номерного фонда гостиничного предприятия.
36. Рекламная деятельность предприятий гостиничного бизнеса.
37. Особенности проведения PR-акций в гостиничном бизнесе.
38. Применение современных информационных систем в технологии продаж гостиничного продукта.
39. Разработка программы маркетинговых исследований на примере гостиницы (отеля).
40. Оценка конкурентоспособности гостиничных услуг.
41. Управление качеством на предприятии индустрии гостеприимства.
42. Торговая политика гостиничного предприятия в условиях регионального рынка.
43. Современные тенденции развития технологии продаж в мировой индустрии гостеприимства.
44. Факторы, влияющие на состояние и развитие организации продаж гостиничного продукта в Республике Татарстан.

45. Основные тенденции и методы анализа лояльности клиентов турагентств и разработка программы ее повышения в сфере продаж гостиничного продукта.
46. Каналы продаж в гостиничном бизнесе.
47. Маркетинговые способы повышения загрузки по различным каналам продаж.
48. Ревенью – управление доходами основа успеха в гостиничном бизнесе.
49. Сервис Каруон.
50. Современные технологии продаж в гостиничном бизнесе.
51. Основной этап процесса продаж в гостинице – процесс бронирования.
52. Тенденции и перспективы развития организации продаж гостиничного продукта.
53. Торговая политика гостиничного предприятия в условиях регионального рынка.
54. Клиентоориентированный менеджмент продаж в гостинице.
55. Особенности личной продажи гостиничного продукта.
56. Организация агентской продажи гостиничного продукта.
57. Организация продаж гостиничного продукта туроператором.
58. Лояльность клиентов турагентств и программа ее повышения.
59. Лояльность клиентов туроператоров и программы ее повышения.
60. Основные направления обеспечения роста продаж гостиничного продукта.
61. Современные тенденции модернизации продаж гостиничного продукта.
62. Cross-selling в процессе продаж гостиничных услуг.
63. Маркетинговая коммуникационная политика малого отеля.
64. Коммуникационная политика сетевого отеля.
65. Формирование спроса и стимулирование сбыта в отеле.
66. Сбытовая политика предприятий гостиничной индустрии.
67. Основные направления повышения конкурентоспособности гостиничного продукта.
68. Продуктовая политика предприятий гостиничной индустрии.
69. Ценовая политика отеля.
70. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице.
71. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе.
72. Организация обслуживания в гостиничном комплексе.
73. Разработка системы управления затратами в гостинице.

74. Основные направления совершенствования рынка гостиничных услуг Республики Татарстан.
75. Развитие туристических услуг в Республике Татарстан: основные направления, проблемы и перспективы.
76. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.
77. Формирование маркетинговой стратегии предприятия гостиничного бизнеса.
78. Фирменный стиль гостиницы.
79. Организация и контроль маркетинга гостиничного предприятия.
80. Работа персонала гостиницы во время выставки.
81. Современные тенденции развития технологии продаж в мировой индустрии гостеприимства.
82. Основные этапы жизненного цикла гостиничного товара.
83. Маркетинговые исследования: понятие, значение, виды, методы.
84. Этапы и правила проведения маркетинговых исследований.
85. Специфика составления анкет и опросных листов в деятельности отеля.
86. Формы продаж и основные направления исследований агентской продажи.
87. Специфика организации личной продажи гостиничных услуг.
88. Основные тенденции и методы анализа лояльности клиентов турагентств и разработка программ ее повышения в сфере продаж гостиничного продукта.
89. Особенности маркетинга услуг гостеприимства.
90. Макро и микросреда гостиничного предприятия.
91. Расширение продуктовой линейки гостиничного продукта.
92. Инновационные методы обеспечения роста продаж гостиничных услуг и продуктов на смежных рынках.
93. Принципы классификации клиентов. Целевые контактные аудитории.
94. Процедуры и операции продаж гостиничного продукта. Договор элота и комитмента.
95. Современные тенденции модернизации продаж гостиничного продукта.
96. Конкурентные преимущества малого отеля (на примере гостиничного предприятия).
97. Краткое описание целевого сегмента гостиничного предприятия на примере одной из гостиниц г. Казани.
98. Пример маркетингового плана продвижения гостиничного продукта на примере одной из гостиниц г. Казани.

99. Особенности продаж гостиничного продукта в Поволжском регионе России.

100. Инновационные методы обеспечения роста продаж гостиничных продуктов и услуг на смежных рынках: «Check-Up» программы и пр.

8. Информационно-методическое обеспечение

Нормативные правовые акты

1. О защите прав потребителей: Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I (ред. 03.07.2016г.) // «Собрание законодательства РФ». – 15.01.1996. – № 3. – Ст. 140; «Российская газета». – № 8. – 1996. – 16 января.

2. О рекламе: Федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ (ред. от 05.12.2016 г.) // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232. – «Российская газета». – № 51. – 2006. – 15 марта.

3. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997г. № 1025 (ред. от 04.10.2012г.) «Об утверждении Правил бытового обслуживания населения в Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. – 1997. – № 34. – Ст. 3979.

4. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» (в ред. Постановления Правительства РФ от 09.10.2015г. № 1085) // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2015. – № 42. – Ст. 5796.

5. Приказ Минкультуры России от 11.07.2014г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями» // «Российская газета». – 2015. – № 24/1. – 6 февраля.

Основная литература:

1. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. – М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 207с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=519133>

2. Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2014. – 206с. : ил., табл.

Дополнительная литература:

1. Быстров, С.А. Организация гостиничного дела [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.А. Быстров. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 432с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=529356>
2. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: практикум / Л.В. Баумгартен – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2016. – 216с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=502143>
3. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебник / О.М. Гусарова [и др.]; под общ. ред. С.В. Земляк. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. — 300с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=754663>
4. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс]: учебник для студ. вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1071с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872844>
5. Лукич, Р.М. Управление продажами [Электронный ресурс] / Р.М. Лукич. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 212с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=926064>
6. Можаяева, Н.Г. Гостиничный сервис: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. – 239с.: табл.
7. Можаяева, Н.Г. Гостиничный сервис [Электронный ресурс]: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 240с.: ил. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415579>
8. Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учеб.-практ. пособие / Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. – М.: Дашков и К°, 2017. – 166с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=937237>
9. Технология и организация гостиничных услуг: учебник / Л.Н. Семеркова [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 320с.: схемы, табл.
10. Скобкин, С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 496 с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=391984>

Интернет-ресурсы:

1. Интернет-журнал деловой информации для ритейлеров, рестораторов и отельеров. Режим доступа: www.delinform.ru – свободный. Проверено 01.09.2016г.

2. Портал гостиничный бизнес в России. Режим доступа: www.turgostinica.ru – свободный. Проверено 01.09.2016г.
3. Портал про гостиничный бизнес. Режим доступа: www.prohotel.ru – свободный. Проверено 01.09.2016г.
4. Специализированный сайт о туризме, отдыхе и путешествиях. Режим доступа: www.votpusk.ru – свободный. Проверено 01.09.2016г.
5. Специализированный сайт для туристов «Все про отдых». Режим доступа: www.alltourism.ru – свободный. Проверено 01.09.2017г.
6. Официальный сайт Ростуризма Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>. – Проверено. 01.09.2017г.
7. Официальный сайт Государственного комитета по туризму Республики Татарстан. Режим доступа: <http://tourism.tatarstan.ru>. – свободный проверено 01.09.2017г.
8. Официальный сайт РГА. Режим доступа: <http://rha.ru/>. – свободный проверено 01.09.2017г.
9. Портал про туристский бизнес. Режим доступа: <http://www.travel.ru> – свободный. Проверено 01.09.2017г.
10. Информационно-правовой портал. Режим доступа: www.garant.ru – свободный. Проверено 01.09.2017г.
11. Информационно-правовой портал. Режим доступа: www.consultant.ru – свободный. Проверено 01.09.2017г.
12. Гостиничный бизнес в России. Индустрия гостеприимства. Режим доступа: <http://hotelmaster.ru/salesup/>. – свободный. Проверено 01.09.2017г.
13. Блог о гостиничном бизнесе Алексея Арсеньева. Режим доступа: <http://hotelmaster.ru/salesup/>. – свободный. Проверено 01.09.2017г.

**Частное образовательное учреждение высшего образования «Казанский
инновационный университет имени В.Г. Тимирязова (ИЭУП)»
КОЛЛЕДЖ**

КУРСОВАЯ РАБОТА

по профессиональному модулю ПМ.04 продажи гостиничного продукта

МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

43.02.21 Гостиничный сервис

по теме « »

Выполнила: _____

студент гр. _____

Иванова Галина Петровна

Руководитель: _____

Ст. преподаватель

Арбузова Мария Владиславовна

Казань, 2017

Содержание

Введение.....	3
1. Теоретические основы формирования клиентской базы на предприятии гостиничной индустрии.....	5
1.1. Клиентская база: сущность и понятие	9
1.2. Принципы построения и основы управления клиентской базы гостиницы.....	13
1.3. Методы формирования клиентской базы в гостинице	17
2. Анализ формирования клиентской базы в гостинице ООО «Экспресс»	21
2.1. Общая характеристика гостиницы ООО «Экспресс»	21
2.2. Анализ клиентской базы в гостинице ООО «Экспресс»	25
2.3. Рекомендации по формированию клиентской базы гостинице ООО «Экспресс».....	29
Заключение	34
Список использованной литературы	36
Приложения	38

Образец оформления иллюстративного материала

Номерной фонд гостиницы «Булгар» состоит из 143 количества номеров. Характеристика номеров и цены на них в таблице 2.1.1.

Таблица 2.1.1.**Характеристика номеров и цены**

Тип номера	Описание номера	Стоимость номера, руб.
полулюкс двухкомнатный	Номер оснащен: большой кроватью, телевизором со спутниковыми каналами, телефоном, холодильником, рабочим столом, посудой, мягкой мебелью. В ванной комнате: душ, фен. Площадь номера – 25 кв.м.	Одноместное размещение: 3000 Двухместное размещение: 3900
полулюкс однокомнатный	Номер состоит из двух комнат: спальни и мини-гостиной. В спальне: две полутораспальные кровати, кресло, шкаф, телевизор. В гостиной: мягкая мебель, телевизор, телефон, холодильник, посуда. Площадь спальни – 18 кв.м., гостиной - 7 кв.м.	Одноместное размещение: 3000 Двухместное размещение: 3700
комфорт однокомнатный	Номер оснащен: одной полутораспальной кроватью, телевизором со спутниковыми каналами, телефоном, рабочим столом, посудой. В ванной комнате – душ. Площадь номера – 18 кв.м.	Одноместное размещение: 2600 Двухместное размещение: 3300
эконом одноместный угловой	Номер оснащен: одной полутораспальной кроватью, телевизором со спутниковыми каналами, телефоном, рабочим столом, посудой. В ванной комнате – душ. Площадь номера – 18 кв.м.	Одноместное размещение: 1700
стандарт (одноместный или двухместный)	Номер оснащен: одной полутораспальной кроватью, телевизором со спутниковыми каналами, телефоном, рабочим столом, посудой. В ванной комнате – душ. Площадь номера – 12 кв.м.	Одноместное размещение: 2300. Двухместное размещение: 3000
Люкс	1 большая кровать, комната отдыха с мягкой мебелью (20 кв.м), спальня (20 кв.м) , ванная комната (9 кв.м) с душевой кабиной, фен , холодильник, телефон, 2 телевизора со спутник.каналами, 2 кондиционера, халат , тапочки, шкаф, журнальный столик, кофейный столик, ковровое покрытие	Одноместное размещение: 6500 Двухместное размещение: 6750.

Представим и охарактеризуем далее организационную структуру гостиницы. Организационная структура отеля представлена на рисунке 2.1.1.



Рис. 2.1.1. Структура управления гостиницей «Булгар»

По данным таблицы 2.1.4. можно наглядно представить динамику загрузки на рисунке 2.1.1.

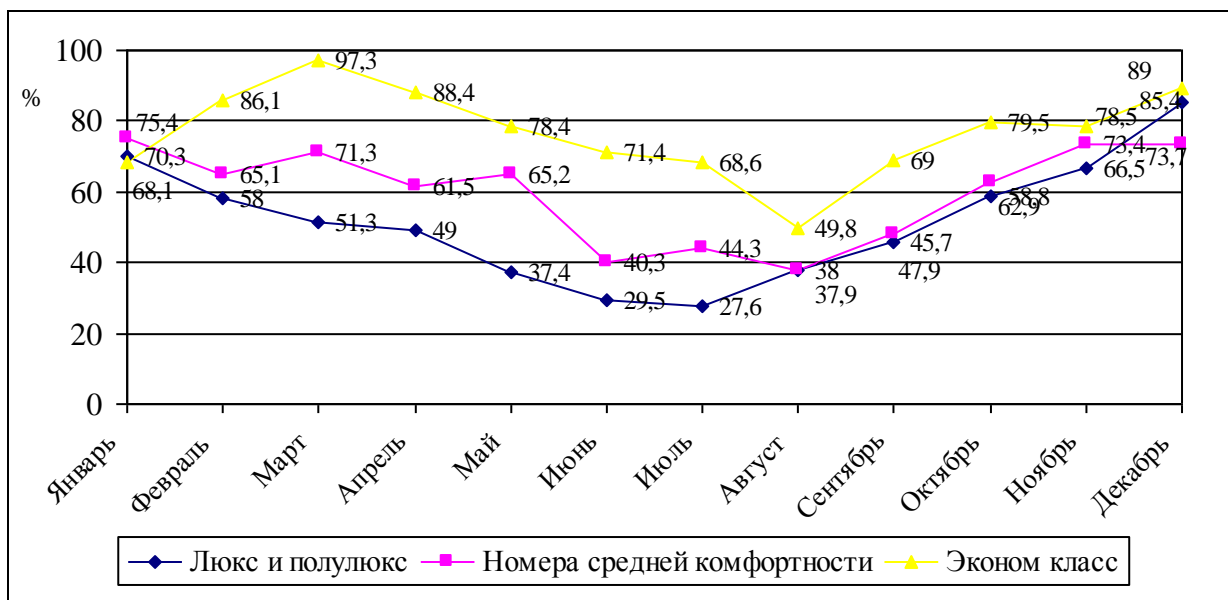


Рис. 2.1.1. Динамика загрузки номерного фонда гостиницы «Новинка» в 2016 году, (%)