Трегулова Анастасия Александровна

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение города Москвы

«Столичный колледж индустрии сервиса и гостеприимства»

Преподаватель

**МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА**

**ПРАКТИЧЕСКОГО БИНАРНОГО ЗАНЯТИЯ – ДЕЛОВОЙ ИГРЫ**

****

**Тема: «Этические нормы поведения сотрудника службы бронирования при возникновении конфликтной ситуации с потребителем. Изучение коммуникативных барьеров».**

**МДК 01.01. Организация деятельности служб бронирования гостиничных услуг**

**МДК 02.01. Организация деятельности службы приема, размещения и выписки гостей**

**Специальность: 43.02.11 Гостиничный сервис**

**Москва, 2018**

Методическая разработка бинарного занятияпо теме: «Этические нормы поведения сотрудника службы бронирования при возникновении конфликтной ситуации с потребителем. Изучение коммуникативных барьеров»

МДК 01.01. Организация деятельности служб бронирования гостиничных услуг

МДК 02.01. Организация деятельности службы приема, размещения и выписки гостей

Специальность: 43.02.11 Гостиничный сервис

Оглавление

[ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА](#_Toc477113160)

[ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ](#_Toc477113161)

[СТРУКТУРА ЗАНЯТИЯ](#_Toc477113162)

[КРАТКИЙ КОНСПЕКТ](#_Toc477113163)

[ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОВТОРЕНИЯ](#_Toc477113164)

[ЛИТЕРАТУРА](#_Toc477113165)

[ПРИЛОЖЕНИЯ](#_Toc477113166)

# **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Методическая разработка занятия на тему: «Этические нормы поведения сотрудника службы бронирования при возникновении конфликтной ситуации с потребителем. Изучение коммуникативных барьеров» отражает реализацию основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Основная цель методической разработки заключается в построении модели бинарного учебного занятия по междисциплинарным курсам МДК 01.01 Организация деятельности служб бронирования гостиничных услуг и МДК 02.01. Организация деятельности службы приема, размещения и выписки гостей с применением инновационных, поисковых методов обучения.

Тип учебного занятия – практическая работа – деловая игра, проводимая в форме бинарного учебного занятия.

Бинарное занятие – одна из форм реализации междисциплинарных связей, которая позволяет интегрировать знания из разных областей для решения одной проблемы, дает возможность применять полученные знания на практике.

Комплекс методов контроля освоения общих и профессиональных компетенций включает в себя:

* контроль со стороны преподавателей,
* самоконтроль обучающихся,
* рефлексия.

Метапредметные связи с такими дисциплинами как «Психология делового общения», «Русский язык и культура речи», «Менеджмент», «Организация туризма» дают возможность повысить эффективность процесса обучения.

Применение коммуникационных технологий позволяет наглядно продемонстрировать все этапы выполнения практических заданий и анализ результатов.

# **ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ**

**Специальность:** 43.02.11 Гостиничный сервис

**МДК 01.01.** Организация деятельности служб бронирования гостиничных услуг.

**МДК 02.01.** Организация деятельности службы приема, размещения и выписки гостей.

**Курс:** 1, **группа:** 2ГС (9) – 17Д; **курс:** 2, **группа:** 1 ГД (11) - 18

**ТЕМА ЗАНЯТИЯ:**

**Форма:** практическая работа – деловая игра в форме бинарного учебного занятия.

**ЦЕЛЬ ЗАНЯТИЯ**:

Практическое овладение основными коммуникативными навыками общения при взаимодействии с коллегами из других служб гостиницы и гостями.

**Для решения поставленной цели, определены следующие задачи:**

***Образовательные:***

1. Практическое овладение обучающимися видов профессиональной деятельности: Бронирование гостиничных услуг, Организация деятельности службы приема, размещения и выписки гостей.

2. Обобщение и систематизация знания о технологии бронирования, приема и размещения гостей.

3. Продолжение формирования профессиональных компетенций: ПК 1.2. Бронировать и вести документацию, ПК 1.3. Информировать потребителя о бронировании, ПК 2.1. Принимать, регистрировать и размещать гостей, ПК 2.2. Предоставлять гостю информацию о гостиничных услугах.

4. Углубление и расширение профессиональной терминологии.

***Развивающие:***

1. Развитие умения применять знания на практике.

2. Развитие у студентов навыков профессионального общения в различных ситуациях.

3. Формирование умений самостоятельной работы студентов.

4. Развитие умения анализировать, сравнивать, обобщать, выделять главное.

5. Развитие приемов активного слушания.

6. Формирование коммуникативных компетенций.

***Воспитательные:***

1. Воспитание понимания сущности и социальной значимости своей будущей специальности, проявления к ней устойчивого интереса.

2. Воспитание умения организации собственной деятельности, исходя из целей и способов её достижения.

3. Воспитание умения работать в команде.

**Тип занятия:** комплексное применение знаний с использованием технологий развивающего обучения.

**Особенности методики:** реализация компетентностного подхода к обучению посредством использования метапредметных связей, профессиональных задач проблемного содержания и производственных ситуаций как средств активизации познавательной деятельности студентов.

**Средства обучения:** ПК, проектор, экран, карточки-задания, бланки технологических документов службы приема и размещения.

**Дидактические единицы:** профессиональная этика, этикет,работник отеля, стандарты гостеприимства, коммуникативный барьер,барьер авторитета, барьер избегания, барьер логического непонимания, барьер стилистического непонимания.

# **СТРУКТУРА ЗАНЯТИЯ**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование  этапа занятия | Время  (мин) | Цель | Деятельность  преподавателей | Деятельность обучающихся | Форма  контроля |
| **I** | **Организационная часть** | | | | | |
| 1 | Оглашение темы, цели, задач учебного занятия:  - связь учебного занятия с предыдущими уроками;  - актуальность темы учебного занятия. | 5 | Познакомить  обучающихся  с целями, задачами и основными видами деятельности на учебном занятии.  Мотивация обучающихся. | Приветствуют обучающихся, проверяют их готовность к занятию. Объясняют цели и задачи учебного занятия,  мотивируют обучающихся, перечисляют формы работы на учебном занятии. | Подготовка рабочего места. Слушают преподавателя, задают вопросы. | Фронтальная |
| 2 | Опрос обучающихся | 10 | Подготовить обучающихся к практической отработке пройденной темы. Мотивировать на активное усвоение нового материала. | Предлагают обучающимся вопросы на повторение ранее изученного материала. Организуют диалог с обучающимися, в ходе которого преподаватели помогают обучающимся настроиться на активное восприятие материала, корректируют ответы обучающихся. | Обучающиеся отвечают на вопросы преподавателей. | Фронтальная |
| 3 | Актуализация знаний обучающихся | 10 | Подготовить обучающихся к участию в деловой игре с использованием производственных ситуаций на заданную тему. | С помощью студентов предлагают обучающимся производственные ситуации для анализа. | Обучающиеся анализируют предложенные ситуации и предлагают их решение. | Фронтальная |
| **II** | **Основная часть** | | | | | |
| 3 | Выполнение профессиональных задач | 10 | Проверить уровень форсированности профессиональных компетенций. | При необходимости направляют и корректируют знания обучающихся. | Анализируют производственные ситуации. Выполняют практические задания. | Групповая |
| 4 | Закрепление материала по изучаемой  теме. | 40 | Контроль и коррекция усвоения изученного материала. | Комментируют результаты. | Представляют полученные результаты с учетом профессиональных компетенций | Фронтальная |
| 5 | Рефлексия | 10 | Самоанализ работы на занятии. | Соотнесение поставленных задач с достигнутым результатом. | Оценка своей работы на учебном занятии. | Индивидуальная |
| **III** | **Подведение итогов занятия** | | | | | |
| 6 | Заключение по занятию | 3 | Анализ работы обучающихся на занятии. | Отвечают на вопросы обучающихся, подводят итоги занятия. | Задают вопросы. | Групповая |
| 7 | Домашнее задание. Инструкция по его выполнению | 2 | Закрепление профессиональных компетенций. | Дают комментарии по выполнению домашнего задания. | Записывают домашнее задание в тетрадь. | Групповая |

# **КРАТКИЙ КОНСПЕКТ**

1. **Деловой этикет в сфере гостеприимства: деловые переговоры, этикет телефонных переговоров, профессиональная этика**

*Профессиональная этика*— *это совокупность моральных норм, которые определяют отношение человека к своему профессиональному долгу.*Нравственные качества работника рассматриваются как один из основных элементов его профессиональной пригодности. Умение общаться с людьми является самым важным и необходимым качеством для работника индустрии гостеприимства.

Подлинный профессионализм опирается на такие моральные нормы, как долг, честность, требовательность к себе и коллегам, ответственность за результаты своего труда.

В гостиничном бизнесе умению общаться с клиентами уделяется особое внимание. Весь персонал, в первую очередь те работники, которые постоянно общаются с клиентами, проходят специальное обучение: персонал учат, как общаться с разными клиентами, говорить по телефону, выслушивать жалобы и т.п. Отдельно для каждой категории персонала (для службы приема, барменов, официантов) разрабатываются подробные инструкции, в которых поэтапно описана их работа (например, подойти, улыбнуться, поздороваться, предложить напитки и т.д.).

Из общих правил для персонала выделим самые важные:

♦   работник отеля должен быть всегда готов оказать клиенту услугу тогда, когда эта услуга нужна клиенту, а не тогда, когда это удобно работнику;

♦   работник должен демонстрировать позитивное отношение к клиенту: показывать уважение, вести беседу безукоризненно вежливо, дружелюбным тоном, ни в коем случае не повышая голоса, не выказывать своего неудовольствия, если, например, клиент приходит в самом конце его рабочего дня, сохранять выдержку со вздорными, агрессивными, бестолковыми, пьяными клиентами, всячески демонстрировать клиенту, что сотрудник озабочен его проблемой;

♦   работник отеля должен улыбаться клиенту, поддерживать позитивный контакт глазами. В разговоре с гостями использовать соответствующие фразы («доброе утро»; «конечно, я с удовольствием сделаю это» и т.п.);

♦   нужно уметь тактично информировать клиента и сообщать ему даже неприятные новости, например, о том, что клиент должен доплатить некоторую сумму;

♦   ни один работник отеля не имеет права спорить с гостем, даже по пустякам; если клиент сообщает что-нибудь работнику, то последний должен продемонстрировать максимальное желание понять клиента, кивать головой, вставлять слова «понятно», «хорошо», а если ему не очень понятно желание клиента, то задавать вопросы типа «если я вас правильно понял, вы хотите...».

Проблемы клиента нужно решать быстро и безотлагательно. Работник гостиницы должен сделать все возможное, чтобы как можно быстрее успокоить гостя. Если работник не может сам решить проблему, он должен направить клиента (а лучше сопроводить его) к менеджеру, который способен решить вопрос. В течение 20 мин следует позвонить по телефону и убедиться, что проблема разрешена, а гость доволен. Нужно сделать все возможное, чтобы в дальнейшем не потерять гостя как клиента. Каждый работник гостиницы должен:

♦   демонстрировать уверенность и компетентность и соответствовать ожиданиям клиента;

♦   практиковать обслуживание типа «на расстоянии трех шагов»;

♦   обеспечивать выполнение стандартов на той должностной позиции, которую он занимает;

♦   знать запросы внутренних и внешних потребителей (других сотрудников и гостей) и поэтому уметь предоставить им продукты и услуги, которые те ожидают. Для учета конкретных запросов гостей следует пользоваться специальным блокнотом;

♦   понимать круг порученных ему обязанностей и задач, определенных в каждом стратегическом плане;

♦   постоянно выявлять недостатки, которые он замечает в отеле, и принимать меры к их устранению;

♦   нести ответственность за обеспечение максимального уровня чистоты.

Необходимо обеспечить абсолютную надежность выполнения пожеланий клиента, в особенности таких, как побудка в желаемое время.

Существуют и определенные стандарты гостеприимства, которым должны следовать работники гостиницы, в частности:

♦   запоминать имена гостей, их привычки, любимые напитки;

♦   по возможности уделять всем клиентам одинаковое внимание, так как все клиенты равны вне зависимости от их внешнего вида;

♦   помнить правила:

гость всегда прав, гость всегда должен быть доволен; гость является самым важным лицом в гостинице независимо от того, присутствует ли он лично, обращается в письменном виде или по телефону;

гость является живым человеком со своими предрассудками и ошибками, а не предметом сухой статистики; гость является неотъемлемой частью бизнеса, а не посторонним лицом. Он главная причина, по которой трудится весь персонал.

Нельзя:

♦   показывать клиенту, нравится он вам или нет;

♦   читать клиенту нравоучения;

♦   расспрашивать гостя о личной жизни;

♦   прислушиваться к разговорам клиентов;

♦   высказывать свое мнение без соответствующего предложения клиента;

♦   обсуждать с клиентами вопросы политики и религии;

♦   ругаться с коллегами в присутствии клиентов;

♦   показывать свое неодобрение нетрезвому клиенту;

♦   разговаривать с коллегой, когда клиент ждет.

Недопустимы попытки вымогательства персоналом чаевых. Так, прямым кандидатом на увольнение может стать носильщик, требующий плату за исполнение своих прямых обязанностей — переноску вещей постояльцев. У горничных иногда возникает соблазн прихватить что-нибудь из номера. Однако клиенты, а особенно иностранцы, очень не любят, когда хозяйничают на их территории, и за кусочек шоколада или апельсин можно поплатиться рабочим местом.

Прежде чем перейти к обслуживанию следующего клиента, необходимо спросить у предыдущего клиента, не нужно ли ему еще что-либо.

Надо всегда предлагать клиенту выбор из нескольких возможных вариантов услуги.

С детьми надо общаться вежливо, но не так формально, как со взрослыми.

С инвалидами нельзя разговаривать покровительственно, громко. Если они плохо слышат или не понимают, обращаться необходимо именно к ним, а не к сопровождающим.

При разговоре по телефону необходимо соблюдать правила этикета:

♦   отвечать не позже чем через три телефонных звонка и всегда с улыбкой;

♦   представиться, назвав свой отел ь (или службу отеля) и свою фамилию;

♦   если нет возможности сразу ответить звонившему, необходимо попросить его перезвонить или записать его номер телефона;

♦   не заставлять клиента ждать информации более 45 с;

♦   если на ответ требуется больше времени, следует спросить клиента, согласен ли он подождать или с ним надо связаться позже;

♦   не слушать разговоры по телефону между другими людьми;

♦   по возможности не переадресовывать звонки.

Сотрудник должен чувствовать себя послом своего отеля. Он должен быть максимально информирован об отеле, его услугах, расположении служб, процедурах заказа, меню в ресторане и т.д., чтобы ответить на вопросы гостей. Следует всегда говорить о деятельности своего отеля только положительно, никаких отрицательных комментариев, всегда подчеркивать преимущества своего отеля перед конкурентами.

Вместо того чтобы просто сообщить гостю, где находится то или иное помещение, следует проводить его туда. Если гость выразил желание приобрести что-нибудь съестное, ему следует рекомендовать воспользоваться внутренними точками по продаже еды и напитков, а не направлять его в другие структуры.

Создать благоприятную среду для работы поможет лозунг: «Мы леди и джентльмены, которые обслуживают других леди и джентльменов»; он рождает гордость за свою профессию.

Одним из атрибутов, позволяющих судить о качестве гостиницы, является внешний вид обслуживающего персонала. Гостиница, работники которой имеют свою фирменную одежду, объединенную фасоном, цветом, отделкой и различительными знаками, оставляет приятное впечатление у клиента.

При этом желательно, чтобы форма тех работников, которые непосредственно не контактируют с клиентами, отличалась от формы тех, кто эти контакты осуществляет. Это облегчает контроль за работниками.

Униформа должна быть безупречной, обувь начищенной, на бейдже должны быть четко написаны имя и фамилия работника.

Внутрифирменные правила строго регулируют внешний вид: аккуратная прическа, аккуратные руки, минимум украшений у женщин. Не допускается запах лука, чеснока и тем более пота.

Внешний вид персонала является одним из факторов, формирующих имидж гостиницы.

1. **Коммуникативные барьеры в деловом общении**

Причиной затруднений, непонимания, возникновения отрицательных эмоций в процессе управленческого общения могут быть так называемые коммуникативные барьеры. *Коммуникативный барьер* — это психологическое препятствие на пути восприятия адекватной информации между партнерами по общению. В процессе делового общения возможно возникновение трех коммуникативных барьеров, условно обозначаемых как барьеры «авторитета», «избегания» и «непонимания». Первые два обеспечивают защиту от источника информации, третий — защиту от самого сообщения.

***Барьер «авторитета».*** Разделив всех людей на авторитетных и неавторитетных, человек доверяет только первым и отказывает в доверии другим. Таким образом, доверие и недоверие персонифицируются и зависят не от особенностей передаваемой информации, а от того, кто говорит. Например, пожилые слабо прислушиваются к советам молодых.

Отнесение человека к авторитетным лицам зависит от следующих факторов:

• социального положения (статуса), принадлежности к реальной «авторитетной» группе.

Психолог П.Уилсон показывал студентам разных классов колледжа одного и того же мужчину. В одном классе психолог представлял этого мужчину как студента, во втором — как лаборанта, в третьем — как преподавателя, в четвертом — как доцента, в последнем — как профессора. После того как гость уходил, студентам предлагалось максимально точно определить его рост и рост самого экспериментатора. Оказалось, что рост незнакомца неуклонно увеличивался по мере повышения его социального статуса, в то время как рост психолога не менялся. Интересно, что разница в оценке роста незнакомца от первого до последнего класса составляла 14-15 см;

- привлекательного внешнего вида (аккуратна ли прическа, выглажен ли костюм, каковы силуэт и цветовая гамма, застегнут ли на все пуговицы, как выбрит и др.);

- доброжелательного отношения к адресату воздействия (улыбка, приветливость, простота в обращении и др.);

- компетентности (понимания степени профессионализма партнера по общению);

- искренности, причем если слушающий доверяет говорящему, то он очень хорошо воспринимает и запоминает выводы и практически не обращает внимания на ход рассуждений. Если же доверия меньше, то к выводам он относится прохладнее, зато очень внимателен к аргументам и ходу рассуждений.

***Барьер «избегания».*** Человек избегает неинтересных и тем более эмоционально негативных контактов с собеседником. Если уклониться невозможно, то он прилагает все усилия, чтобы не воспринимать сообщение (невнимателен, не слушает, не смотрит на собеседника, не пользует любой предлог для прекращения разговора). Иногда избегают не только источников информации, но и определенных ситуаций (например, стремление закрыть глаза при просмотре «страшных мест» из фильмов ужасов).

Чаще всего барьер «избегания» предстает в той или иной степени невнимания. Поэтому, только управляя вниманием собеседника, аудитории, можно преодолеть этот барьер. Главное при этом - разрешить две взаимосвязанные проблемы: привлечь внимание и удержать его. На внимание человека больше всего влияют следующие факторы: актуальность и важность информации, ее новизна, нестандартность подачи, неожиданность, интенсивность передачи информации, звучность голоса и его модуляция.

Привлечь внимание человека можно с использованием следующих приемов:

- *Прием «нейтральная фраза».* В начале выступления, беседы произносится фраза, прямо не связанная с основной темой, но зато наверняка по каким-либо причинам имеющая смысл, значение, ценность для собеседника или для всех присутствующих (откуда родом, последний просмотренный фильм, телепередача, прочитанная книга, увлечения и др.).

Автор книги был свидетелем того, как известный военно-полевой хирург, профессор Военно-медицинской академии А. Н. Беркутов, часто использовал этот прием. Профессор начинал свои лекции с фразы, не имеющей отношения к хирургии, но находящей отклик у слушателей. В частности, он приводил цитаты из произведении известных писателей, в которых шла речь о студентах. Такой прием способствовал привлечению внимания даже тех слушателей, которых мало интересовали вопросы хирургии.

*- Прием «завлечение».* Говорящий произносит нечто трудно воспринимаемое, например, говорит очень тихо, монотонно или неразборчиво, а слушающему приходится прилагать специальные усилия, чтобы хоть что-то понять. В ходе беседы возможно неожиданное переключение на новую тему, не имеющую ничего общего с обсуждаемой, что также активизирует внимание слушающего. В результате говорящий как бы «завлекает» слушающего в свои «сети», заставляя концентрировать внимание, а затем использует это состояние для передачи необходимой информации.

*- Прием «зрительный контакт».* Говорящий обводит аудиторию взглядом, смотрит пристально на кого-нибудь, фиксирует взглядом несколько человек в аудитории, кивает им и т. д.

Не менее важна проблема поддержания внимания. Она решается рядом приемов:

*- Прием «изоляция»,* когда отводят собеседника в сторону, уединяются, закрывают двери и окна в помещении, делают замечания говорящим.

*- Прием «навязывание ритма».* Постоянное изменение характеристик голоса и речи, т. е. говорят то громче, то тише, то быстрее, то медленнее, то выразительно, «с нажимом», то скороговоркой, нейтрально. Говорящий как бы навязывает собеседнику свою последовательность переключения внимания. Этим приемом ликвидируется монотонность.

*- Прием «акцентировка».* Употребляются различные служебные фразы, призванные привлечь внимание (например, «Прошу обратить внимание», «Важно отметить, что...», «Необходимо подчеркнуть, что...» и др.).

***Барьер «непонимания».*** Зачастую источник информации заслуживает доверия, авторитетен, однако информация «не доходит» (не слышим, не видим, не понимаем). Обычно выделяют четыре типа барьера «непонимания»:

*- Фонетический барьер непонимания* возникает в следующих случаях:

* когда говорят на иностранном языке;
* используют большое число иностранных слов или специальную терминологию;
* когда говорят быстро, невнятно и с акцентом.

Чтобы преодолеть фонетический барьер, нужны:

* внятная, разборчивая и достаточно громкая речь, без скороговорки;
* учет аудитории и индивидуальных особенностей людей (чем хуже знает человек предмет обсуждения, тем медленнее надо говорить, тем подробнее нужно разъяснять, люди разных национальностей говорят с различной скоростью: на севере и в средней полосе — медленнее, на юге — быстрее; маленькие дети и старики плохо воспринимают быструю речь и др.);
* наличие обратной связи с собеседником, с аудиторией.

*- Семантический барьер непонимания* возникает, когда фонетически язык «наш», но по передаваемому смыслу «чужой». Это возможно по следующим причинам:

* любое слово имеет обычно не одно, а несколько значений;
* «смысловые» поля у разных людей разные;
* зачастую используются жаргонные слова, тайные языки, часто употребляемые в какой-либо группе образы, примеры (например, смысл слов «перо», «капуста» и др. на воровском жаргоне существенно отличается от истинного значения).

Возникновение барьера можно объяснить так: мы обычно исходим из того, что «все понимают, как я», а между тем правильнее было бы сказать обратное — «все понимают по-своему».

Для преодоления семантического барьера необходимо:

* говорить максимально просто;
* заранее договариваться об одинаковом понимании каких-то ключевых слов, понятий, терминов, если надо разъяснить их в начале разговора.

*- Стилистический барьер непонимания* возникает, когда человек обязан понять и отразить в каком-то ответе или действии только то словесное обращение, которое подчинено установленной грамматической структуре. В противном случае, когда происходит несоответствие между формой и содержанием, возникает стилистический барьер.

Другими словами, если стиль изложения слишком тяжелый, излишне легковесный, в общем, не соответствует содержанию, то слушающий его не понимает или отказывается, не хочет понимать. Главное при преодолении стилистического барьера — правильно структурировать передаваемую информацию.

Существуют два основных правила структурирования информации в общении: правило рамки и правило цепи.

*Правило рамки*основывается на действии психологического закона работы памяти, открытого немецким психологом Г. Эббингаузом. Суть его в том, что начало и конец любого информационного ряда, из чего бы он ни состоял, сохраняется в памяти человека лучше, чем середина.

Рамку в общении создают начало и конец разговора. Для эффективности общения, предстоящего разговора, беседы целесообразно вначале указать цель, перспективы и предполагаемые результаты общения, а в конце разговора — подвести итоги, показать ретроспективу и отметить степень достижения целей. Причем в первичном общении наиболее важной частью является начало, а при неоднократном деловом общении — конец разговора. Во втором случае людей не так интересует, как проходили переговоры, беседа, как-то, чем они закончились.

*- Барьер логического непонимания* возникает, если человек, говорит или делает что-то в противоречии с правилами логики. Тогда мы не только отказываемся его понимать, но и эмоционально воспринимаем его слова отрицательно. При этом неявно предполагаем, что логика есть только одна — правильная, т.е. наша.

Преодоление логического барьера возможно при соблюдении следующих условий:

* учет логики и жизненной позиции собеседника. Для этого необходимо примерно представлять себе позицию партнера, собеседника (кто он, на каких позициях стоит и др.), а также индивидуальные и социально-ролевые особенности, так как приемлемость или неприемлемость той или иной логики для партнера в основном зависит от его исходной направленности;
* правильная аргументация.

# **ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОВТОРЕНИЯ**

1. Что такое профессиональная этика?

2. Каким должен быть внешний вид сотрудника гостиницы?

3. Перечислите контактных и неконтактных сотрудников в гостинице по отношению к гостю?

4. Какие существуют основные правила ведения телефонных переговоров в гостинице?

5. Каких этических нор должен придерживаться сотрудник отдела бронирования при возникновении конфликтных ситуаций?

6. Дайте определение коммуникативного барьера.

7. Опишите барьер «авторитета».

8. В чем заключается барьер избегания.

9. Когда возникает барьер непонимания?

10. Назовите возможные причины барьера непонимания.

# **ЛИТЕРАТУРА**

**Федеральные законы**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности».
2. Федеральный закон от 25 июля 2002 г. ФЗ №115 от 25 июля 2002 г. «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации».

**Постановления**

1. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 №1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».

**Основная литература**

1. Арбузова Н.Ю. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. - Нижний Новгород: Штрих, 2011.

2. Ёхина М.А. Бронирование гостиничных услуг: Учебное пособие. - М.: Издательский центр «Академия», 2016.

3. Ёхина М.А. Прием, размещение и выписка гостей: Учебное пособие. - М.: Издательский центр «Академия», 2016.

**Дополнительная литература**

1. Елканова Д.И., Осипов Д.А., Романов В.В., Сорокина Е.В. Основы индустрии гостеприимства: Учебное пособие. - М.: «Дашков и Ко», 2009.

2. Кусков А.С. Гостиничное дело: Учебное пособие. - М.: «Дашков и Ко», 2010.

3. Тимохина Т.Л. Организация гостиничного дела: Учебник для прикладного бакалавриата. - М.: Юрайт, 2016.

4. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013.

**Журналы периодического издания**

1.«Отель»

2. «Пять звезд»

3. «Гостиничное дело»

# **ПРИЛОЖЕНИЯ**

Приложение 1

**Производственные ситуации**

Представьте предложенные ситуации в виде диалога, предложите решение ситуации, объясните какой тип коммуникационного барьера возник и какие способы его преодоления вы использовали.

* 1. Сотрудник службы приема и размещения передает смену коллеге. Но вновь пришедший портье, разговаривает по телефону, слушает невнимательно. На просьбу принять смену по стандарту, отвечает, что все выслушал и понял.
  2. Гость по телефону заказал уборку на 10.00. В 11.00 гость звонит на стойку регистрации для того, чтобы узнать, почему его номер до сих пор не готов. Портье перезванивает горничной и узнает причину не выполнения заявки. Горничная отвечает, что неверно поняла время.
  3. Время 07.30. Гость заказывает по телефону услугу побудка на девять тридцать. Портье не уточняет время, в 9.00 передает смену коллеге и уходит. Вновь пришедший портье будит гостя в девять часов утра. Гость недоволен. Он просил разбудить его в девять вечера.
  4. Портье звонит в службу бронирования сообщает, что сегодня приехала группа туристов. Вместо 14 мужчин, на которых были заказаны номера, приехали 9 мужчин и 5 женщин. Портье хочет уточнить возможность изменения брони номеров. Сотрудник отдела бронирования говорит, что у него много работы и вешает трубку. Портье самостоятельно изменяет бронь номеров. Но в отеле нет стандартных номеров, поэтому он решает поселить одну женщину в люкс. В результате, туристы заселены и все в порядке, а портье в конце смены вызывает менеджер с вопросом о нерациональном использовании номерного фонда.
  5. Портье при заселении сообщает гостю, что тот может получить завтрак в номер с 9.00 до 11.00. Но такая услуга оказывается с 07.00 до 09.00. В 10.00 возмущенный гость обращается на стойку регистрации с вопросом: сможет ли он позавтракать?

6. Турагентство забронировало в гостинице, с которой у них заключен договор, номер для своего сотрудника. Сотрудник турагентства представился и указал всю необходимую информацию. Сотрудник службы бронирования учел все указания и сделал бронь.

Во время проживания гостя проблем не возникало, но при выставлении счета выяснилось, что скидка за проживание не предоставлена, так как сотрудник отдела бронирования не понял, что звонили из турагентства, с которым у гостиницы заключен договор.

7. Гостиница сотрудничает с корпоративной компанией. Контактное лицо компании связался со службой бронирования и попросил забронировать конференц-зал для проведения мероприятия, указал все детали оформления и оснащения зала, а также максимальный бюджет. Сотрудник принял всю информацию и сделал бронь. Однако, при подготовке мероприятия оказалось, что данного бюджета не хватает, для оснащения зала по требованию корпоративного клиента.

8. Гость позвонил в службу бронирования, чтобы забронировать номер на 4 дня. Он не заказывал и не бронировал никакие дополнительные услуги, так как его бюджет очень ограничен. Когда гость приехал в гостиницу, выяснилось, что завтрак не включен в стоимость проживания. Гость отказывается дополнительно платить за завтрак и требует предоставить ему его бесплатно.

9. В службу бронирования звонит гость, в данный момент проживающий в гостинице и начинает кричать. Сотрудник службы бронирования пытается объяснить, что гость позвонил не туда и ему нужно обратиться в службу приема и размещения, но разъяренный гость не хочет его слушать и продолжает ругаться.

10. В гостиницу приехал гость, который бронировал номер повышенной комфортности. Портье ошибочно заселил его в стандартный номер, выписал карту гостя, указав в ней номер комнаты, в которой будет проживать гость. За время проживания с гостем проблем не возникло. Но, при выписке и выставлении счета, выяснилось, что у гостя переплата по проживанию.

Приложение 2

**Документация, необходимая для решения производственных ситуаций**

* 1. Бланк побудки



* 1. Форма бронирования



* 1. Заявка на завтрак



* 1. Карта гостя



* 1. Туристский ваучер

