


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«БУРЯТСКИЙ РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»


ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Дипломная работа

Тема: «Разработка мероприятий по формированию фирменного стиля на примере
гостиницы «Прага» ООО «Эдис»


Выполнила : студентка
группы ГС-534
Батуева Кристина

- 
- Актуальность темы обусловлена высокой конкурентоспособностью на рынке гостиничных услуг, фирменный стиль играет большую роль в развитии и коммерческом успехе гостиничного предприятия.
 - Целью исследования в дипломной работе является разработка мероприятий по формированию фирменного стиля гостиничного предприятия «Прага» ООО «Эдис».

- 
- Объектом исследования является сложившийся фирменный стиль гостиницы «Прага» ООО «Эдис»
 - Предметом исследования является разработка фирменного стиля гостиничного предприятия.

Для определения поставленной цели определены следующие задачи:

- - изучить теоретические основы фирменного стиля гостиничного предприятия;
- - обосновать необходимость формирования фирменного стиля гостиничного предприятия в сфере гостеприимства;
- - проанализировать имеющийся фирменный стиль гостиницы «Прага» ООО «Эдис»;
- - разработать мероприятия по формированию фирменного стиля гостиницы «Прага» ООО «Эдис».

- 
- **Выпускная квалификационная работа включает в себя введение, три главы, заключение, список использованных ИСТОЧНИКОВ .**

- **Фирменный стиль – одна из основных составляющих имиджа компании. Фирменный стиль является сегодня основой всей коммуникационной политики фирмы, одним из главных средств борьбы за покупателя, важной составляющей брендинга. Его использование предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деловых бумагах, технической и деловой документации, упаковке продукции и пр. Фирменный стиль — это один из наиболее современных и актуальных видов рекламы.**



- Под фирменным стилем понимают набор цветowych, графических, словесных и прочих постоянных элементов, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления. Использование фирменного стиля предполагает единый подход к оформлению, цветовым сочетаниям, образам в рекламе, деловых бумагах, технической и деловой документации, упаковке продукции и пр.



- Униформа в гостинице «Прага» жилет серого цвета с нанесением фирменного логотипа гостиницы с правой стороны, белая блузка и юбка до колен темно-синего цвета, а также обувь черного цвета.



Гостиница «Прага»



Категория номеров	Цены
1	2
Эконом	1600
Комфорт	1800
Комфорт +	2000
Улучшенный комфорт	2500
Престиж	3000
Улучшенный престиж	4000
Двухкомнатный полулюкс	4500
Двухкомнатный люкс	5000





Характеристика экономической деятельности гостиницы «Прага» за 2014 – 2016 гг

Наименование технико-экономических показателей	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2016г. от 2014г.	
				Абс., руб.	Темп прироста, %
1	2	3	4	5	6
Объем реализации, тыс.руб	15868	16473,7	17845,03	+1371,3	+7,6
Объем реализации без НДС, тыс.руб	19351,14	20089,8	21762,23	+1672,43	+7,7
Затраты, тыс.руб	713,32	734,73	741,16	+6,4	+0,8
Прибыль до налогообложения, тыс.руб	18637,82	19355,16	21021,07	+1666	+8,0
Чистая прибыль, тыс.руб	15531,52	16129,3	17517,56	+1388,26	+8,1
Численность персонала, кол-во чел.	5	5	5	-	-
Фонд заработной платы, тыс.руб.	497	505	516	11	+2,1

- Из данных таблицы видно, что в 2016 году повысилась чистая прибыль на 4,1 %. Наблюдается из года в год рост, хоть и незначительный, по всем показателям эффективности. Это свидетельствует об эффективной работе фирмы. Численность персонала осталась на прежнем уровне, так как нет потребности увеличивать персонал. Также увеличился годовой объём реализации, это свидетельствует об эффективности работы сотрудников, так как за дополнительно проданные путевки им начисляется премия

Рекомендаций по совершенствованию фирменного стиля, способных усилить позитивное воздействие на потребителя:

- 1) создать программу поощрения гостей;
- 2) распространить фирменную маркировку на предметы личного пользования клиентов;
- 3) разработать корпоративную сувенирную продукцию с оригинальной символикой «Прага»;
- 4) создать фирменный аудиостиль;
- 5) благоустроить прилегающую территорию гостиничного комплекса;
- 6) создать официальный сайт и расширить возможности официального сайта отеля «Прага» добавлением функции «он-лайн-консультант».

В заключение

- Индивидуальность гостиницы - залог успеха. Тщательно продуманные детали формируют индивидуальность гостиницы и помогают создать особую атмосферу, которая привлекает постояльцев снова и снова. Постоянные гости – наиболее ценная категория клиентов.



- Именно индивидуальность характерна для успешного ведения бизнеса на высоком профессиональном уровне. Фирменная символика гостиницы, размещенная на вещах, окружающих гостя, напоминает ему, кто именно заботится о его удобстве и комфорте, способствует формированию позитивного образа гостиницы.



**Благодарю за
внимание!**