

Оглавление

Введение	3
Глава 1. Теоретические основы корпоративной культуры	
1.1. Понятие корпоративной культуры	5
1.2. Функции и основные свойства корпоративной культуры	10
1.3. Виды корпоративной культуры	15
1.4. Формирование корпоративной культуры	24
1.4.1. Принципы и этапы формирования корпоративной культуры	24
1.4.2. Основные мероприятия по формированию корпоративной культуры	35
Глава 2. Исследование корпоративной культуры гостиницы The Ritz-Carlton	
2.1. Характеристика гостиницы Ritz-Carlton	40
2.2. Корпоративная культура гостиницы The Ritz-Carlton	47
2.3. Предложения по развитию корпоративной культуры	56
Заключение	58
Список используемой литературы	60
Приложение	62

Введение

За последние годы на рынке возникло множество различных компаний, организаций. Многие компании похожи друг на друга, но только на первый взгляд. Важное отличие организаций друг от друга в особенностях их корпоративной культуры.

Наиболее часто встречающееся определение корпоративной культуры – это воплощение отношения работника компании к ключевым ценностям, убеждениям и традициям в характерных моделях. Культура материализуется не только в корпоративных преданиях, церемониях, праздновании успехов, обычаях. Но, конечно, и в таких важных составляющих работы любой компании как основные цели, стратегии, процесс управления, структура, методы распределения ресурсов компании.

Невозможно найти две компании с одинаковыми корпоративными культурами. Корпоративная культура – это внутренний климат организации. Носителями культуры в организации являются люди. Однако в организациях с сильной, устоявшейся корпоративной культурой, она отделяется и становится частью организации, ее духом, который воздействует на участников организации, и влияет на их поведение в соответствии с теми нормами и ценностями, которые были положены в ее основу.

Повышение уровня корпоративной культуры, превращение ее в мощный побудительный фактор, который объединяет людей, может стать одним из рычагов повышения эффективности функционирования организации.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена высокой конкуренцией на современном рынке гостиничных услуг. Для успешного функционирования, гостиничному предприятию необходимы конкурентные преимущества, одним из таковых является корпоративная культура. Вследствие чего исследование особенностей формирования и развития корпоративной культуры важны как в