

Факультет «Туристский сервис»

Кафедра Гостиничное дело

ДОПУЩЕНО К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой  
Гостиничное дело  
Кан. пед. наук, доцент

\_\_\_\_\_ Ковалева Н.И.  
( подпись)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**  
( Дипломная работа)

Тема: «Особенности обслуживания в индустрии гостеприимства:  
организация взаимодействия различных служб».

Выполнила:  
Студенка 4 курса СГО 1201 группы  
Матюшева Полина Сергеевна

Специальность 43.02.11  
Гостиничный сервис

\_\_\_\_\_ (подпись студента)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

Руководитель:  
Кан.пед.наук, доцент Троицкая Н.Г.

\_\_\_\_\_ (подпись руководителя)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2016 г.

Москва 2016

## Оглавление

Введение	3
Глава 1. Теоретические основы организации деятельности гостиничного предприятия в процессе обслуживания	5
1.1. Процесс обслуживания гостей в гостиничных комплексах	5
1.2. Характеристика организационной структуры гостиницы	12
1.3. Функции и задачи гостиничных служб. Взаимодействие различных подразделений в гостинице	17
Глава 2. Анализ организации взаимодействия различных служб гостиницы «Vintage Шереметьево» в процессе обслуживания гостей	23
2.1. Общая характеристика деятельности гостиницы «Vintage Шереметьево»	23
2.2. Характеристика особенностей построения и взаимодействия основных служб гостиницы «Vintage Шереметьево» в процессе обслуживания гостей	28
2.3. Предложения по повышению эффективности организации взаимодействия гостиничных служб	36
Заключение	48
Список используемой литературы	51
Приложение	53

## Введение

Отечественные предприятия гостиничной сферы, испытывающие в условиях нарастающей конкуренции настоятельную потребность в привлечении постоянных клиентов, все более активно используют в своей деятельности различные маркетинговые инструменты. Однако в связи с недостаточным опытом в применении концепции маркетинга услуг далеко не все предприятия достигли в этой области заметных успехов.

Отечественный гостиничный бизнес в настоящее время характеризуется наиболее высоким уровнем конкуренции, выигрывают в которой те, кто применяет маркетинг как ключевой элемент в системе управления, формируя потребительскую лояльность. Если маркетинг гостиницы эффективен, его позиция по отношению к конкурентам четко обозначена, бренд узнаваем, оказывается соответствующий ожиданиям комплексный сервис, то клиент демонстрирует свою лояльность, поддерживая долговременные отношения и активно потребляя товары и услуги.

Целью исследования является – рассмотреть организацию взаимодействия различных служб гостиницы на примере «Vintage Шереметьево».

В соответствии с указанной целью в работе поставлены и реализованы следующие задачи:

- рассмотреть процесс обслуживания гостей в гостиничных комплексах;
- проанализировать организационную структуру гостиничных предприятий;
- рассмотреть функции и задачи гостиничных служб, а так же взаимодействие различных подразделений в гостинице;
- рассмотреть деятельность гостиницы «Vintage Шереметьево»;