

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	9
CZĘŚĆ I. WPROWADZENIE DO HOTELARSTWA	
ROZDZIAŁ I. SPECJALISTYCZNA TERMINOLOGIA HOTELARSKA	15
Pytania otwarte i testowe	24
ROZDZIAŁ II. HISTORIA HOTELARSTWA	25
2.1. Hotelarstwo w starożytności i średniowieczu	25
2.2. Hotelarstwo nowożytne do XIX wieku	28
2.3. Hotelarstwo w XX wieku	31
Pytania otwarte i testowe	40
ROZDZIAŁ III. TEORETYCZNO-PRAKTYCZNE ASPEKTY BRANŻY HOTELARSKIEJ	43
3.1. Oferta hotelarska i jej cechy	43
3.2. Elementy składowe obiektu hotelarskiego	47
3.3. Specyfika branży hotelarskiej	50
Pytania otwarte i testowe	56
ROZDZIAŁ IV. KLASYFIKACJA I KATEGORYZACJA OBIEKTÓW HOTELARSKICH	59
4.1. Funkcje klasyfikacji i kategoryzacji na rynku hotelarskim	59
4.2. Czynniki wpływające na wykorzystanie klas i kategorii na rynku hotelarskim	61
4.3. Instytucje odpowiedzialne za przyznawanie klas i kategorii obiektom noclegowym	63
4.4. Klasyfikacja i kategoryzacja usług noclegowych w Polsce	66
Pytania otwarte i testowe	70

ROZDZIAŁ V. HOTELARSTWO SIECIOWE	73
Pytania otwarte i testowe	86
 CZĘŚĆ II. WYBRANE ASPEKTY MARKETINGU W HOTELARSTWIE	
ROZDZIAŁ I. MARKETING PRZEDSIĘBIORSTWA HOTELARSKIEGO	
W UJĘCIU TRADYCYJNYM	91
1.1. Podstawy marketingu w hotelarstwie	91
1.2. Produkt przedsiębiorstwa hotelarskiego w ujęciu marketingowym	96
1.3. Kanały dystrybucji usług hotelarskich	100
1.4. Cena usług hotelarskich	108
1.5. Promocja usług hotelarskich	111
1.6. Czynniki ludzkie w przedsiębiorstwie hotelarskim	118
1.7. Proces świadczenia usług hotelarskich	122
1.8. Świadectwo materialne przedsiębiorstw hotelarskich	124
Pytania otwarte i testowe	127
ROZDZIAŁ II. MARKETING PRZEDSIĘBIORSTWA HOTELARSKIEGO	
W UJĘCIU NOWOCZESNYM	129
2.1. Wykorzystanie mediów społecznościowych w hotelarstwie	130
2.2. Wykorzystanie narzędzia <i>product placement</i> w hotelarstwie	133
2.3. Stosowanie <i>content marketingu</i> w hotelarstwie	136
2.4. Wykorzystanie <i>Corporate Social Responsibility</i> w hotelarstwie	138
2.5. Stosowanie marketingu lojalnościowego w hotelarstwie	139
2.6. Sprzedaż i promocja usług hotelarskich przy wykorzystaniu platform zakupowych	143
Pytania otwarte i testowe	148
 CZĘŚĆ III. WYBRANE OBSZARY ZARZĄDZANIA W HOTELARSTWIE	
ROZDZIAŁ I. STRUKTURY ORGANIZACYJNE W HOTELARSTWIE	153
1.1. Podstawowe zagadnienia z zakresu struktur organizacyjnych obiektów hotelarskich	153
1.2. Rodzaje struktur organizacyjnych obiektów hotelarskich	157
Pytania otwarte i testowe	163
ROZDZIAŁ II. ORGANIZACJE HOTELARSKIE W POLSCE I NA ŚWIECIE	165
2.1. Miejsce organizacji non profit na rynku	165
2.2. Pojęcie i funkcje organizacji hotelarskiej	167
2.3. Międzynarodowe organizacje hotelarskie	171
2.3.1. IH&RA	171
2.3.2. Inne organizacje międzynarodowe	173
2.4. Organizacje hotelarskie na poziomie krajowym	175

2.4.1. Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego	175
2.4.2. Polska Izba Hotelarstwa	176
Pytania otwarte i testowe	177
ROZDZIAŁ III. ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI W HOTELARSTWIE	179
3.1. Zatrudnienie w hotelarstwie	179
3.1.1. Cechy sektora hotelarskiego determinujące popyt na zasoby ludzkie	179
3.1.2. Charakterystyka zasobów ludzkich w hotelarstwie	182
3.1.3. Płace i pozapłacowe korzyści w hotelarstwie	185
3.2. Zarys zarządzania personelem w hotelarstwie	186
Pytania otwarte i testowe	193
ROZDZIAŁ IV. KONCEPCJA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM HOTELARSKIM	195
4.1. Teoria zrównoważonego rozwoju a cel funkcjonowania przedsiębiorstwa hotelarskiego	195
4.2. Korzyści aplikacji teorii zrównoważonego rozwoju	201
4.3. Problemy związane z asymetrią informacji	206
Pytania otwarte i testowe	210
ROZDZIAŁ V. ZARZĄDZANIE GASTRONOMIĄ W HOTELARSTWIE	213
5.1. Związek gastronomii z branżą hotelarską	213
5.2. Wybrane zagadnienia zarządzania w hotelowej gastronomii	219
Pytania otwarte i testowe	225
SPIS TABEL	227
SPIS RYSUNKÓW	229
SPIS STUDIÓW PRZYPADKÓW	231
WYKAZ LITERATURY	233
KLUCZ ODPOWIEDZI DO PYTAŃ TESTOWYCH	247