

Spis treści

Wstęp	9
-------------	---

CZĘŚĆ I. OTOCZENIE HOTELU JAKO PODMIOTU GOSPODARCZEGO

Rozdział 1

Zmiany w otoczeniu hotelarstwa i w sektorze hotelarskim	15
1.1. Przemiany w makro- i mezootoczeniu hoteli	15
1.2. Transformacja sektora hotelarskiego w Polsce	22
1.3. Rozwój hoteli w makro- i w mezo skali	28
1.4. Wpływ zmian w otoczeniu na funkcjonowanie współczesnego hotelu	32

Rozdział 2

Hotel jako przedsiębiorstwo	37
2.1. Przedsiębiorstwo, przedsiębiorca i przedsiębiorczość	37
2.2. Klasyfikacja przedsiębiorstw	44
2.3. Klasyfikacja hoteli	47

CZĘŚĆ II. FUNKCJE ZARZĄDZANIA HOTELEM

Rozdział 3

Planowanie we współczesnym hotelu	59
3.1. Pojęcie planowania działalności hotelu	60
3.2. Podstawowe narzędzia planowania strategicznego w hotelu	64

Rozdział 4

Organizowanie działalności hotelarskiej	71
4.1. Istota i funkcje struktury organizacyjnej	71
4.2. Rodzaje struktury organizacyjnej hotelu	75
4.3. Pojęcie i terminy kultury organizacyjnej hotelu	79
4.4. Organizacja pracy w hotelu	82
4.5. Nowoczesne podejście do organizacji pracy w hotelu	86

Rozdział 5

Motywowanie pracowników w działalności hotelarskiej	93
5.1. Idea motywowania	93
5.2. Marketing wewnętrzny jako nowoczesna metoda motywowania pracowników ...	97

Rozdział 6

Kontrola działalności hotelarskiej	103
6.1. Istota kontroli działalności hotelarskiej	103
6.2. Analiza wskaźnikowa jako narzędzie oceny funkcjonowania hotelu	104
6.3. Analiza materialno-techniczna na potrzeby kontroli działalności hotelu	109
6.4. Analiza wyników hotelu za pomocą Yield Management	111

CZĘŚĆ III. KLIENT JAKO WARUNEK KONIECZNY SUKCESU HOTELU W XXI WIEKU**Rozdział 7**

Usługi hotelarskie – istota, rodzaje oraz ich użyteczność	117
7.1. Klasyfikacja klienta hotelu	118
7.2. Użyteczność usług hotelu	127
7.3. Usługi hotelarskie – cechy szczególne i rodzaje	129
7.4. Zagadnienia prawne stosowane w hotelarstwie na wybranych przykładach	138

Rozdział 8

Kształtowanie standardów w hotelarstwie	147
8.1. Standardy i standaryzacja usług hotelarskich	147
8.1.1. Funkcje i efekty standaryzacji	149
8.1.2. Rodzaje standardów stosowanych w hotelarstwie	151
8.2. Historia kategoryzacji i standaryzacji w Polsce	156
8.3. Praktyka stosowania standardów na przykładzie hoteli sieciowych	161
8.4. Systemy kategoryzacji hoteli w Europie na wybranych przykładach	175

Rozdział 9

Obsługa klienta hotelu	185
9.1. Istota obsługi klienta i jej rodzaje	185
9.2. Gościnność w hotelu	196
9.3. Filary obsługi klienta w hotelu	202
9.3.1. Elementy logistyczno-marketingowe obsługi klienta	203
9.3.2. Nowoczesne technologie w obsłudze klienta	206
9.3.3. Transfery wiedzy w procesie obsługi klienta	210

CZĘŚĆ IV. WIZERUNEK I NOWOCZESNE METODY ZARZĄDZANIA HOTELEM**Rozdział 10**

Wizerunek hotelu w XXI wieku	217
10.1. Istota wizerunku hotelu	217
10.2. Kształtowanie marki hotelu na rynku turystycznym	223
10.3. Znaczenie reputacji w działalności hotelu	226

Rozdział 11

Współczesne metody i techniki zarządzania hotelem	233
11.1. Reengineering (BPR)	234
11.2. Franchising	235
11.3. Outsourcing	236
11.4. Zarządzanie przez jakość totalną (TQM)	238
11.5. Lean Management (LM)	239
11.6. Zarządzanie wiedzą (KM)	240
11.7. Koncepcja organizacji sieciowej	243
11.8. Benchmarking	244
Praktyczny słownik pojęć i zwrotów stosowanych w hotelarstwie	249
Literatura	253
Akty prawne	259
Spis tabel	261
Spis rysunków	263
Załączniki	265