

Spis treści

Wstęp.....	9
------------	---

CZĘŚĆ I. OTOCZENIE HOTELU JAKO PODMIOTU GOSPODARCZEGO

Rozdział 1

Zmiany w otoczeniu hotelarstwa i W sektorze hotelarskim.....	
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