
OBSAH

1	HISTORIE A VÝVOJ HOTELNICTVÍ.....	15
1.1	Počátky ubytovacích služeb.....	15
1.2	Mezníky v historii hotelnictví	17
1.3	Hotelnictví ve 20. století.....	19
1.4	Hotelnictví v České republice	19
2	VYMEZENÍ POJMU HOTEL – KATEGORIZACE, KLASIFIKACE, LEGISLATIVA.....	22
2.1	Kategorizace hotelových ubytovacích zařízení.....	23
2.1.1	Specifická hotelová zařízení.....	23
2.2	Klasifikace a standardizace ubytovacích zařízení.....	24
2.2.1	Zjednodušené srovnání tříd pro kategorii hotel	27
2.3	Legislativní minimum pro sektor hotelnictví	29
3	HOTELOVÝ MANAGEMENT	33
3.1	Plánování	35
3.1.1	Druhy plánů.....	36
3.1.2	Organizační cíle	36
3.1.3	Bariéry plánování	37
3.2	Organizování.....	37
3.2.1	Organizační struktury vycházející z dělby pravomocí.....	37
3.2.2	Organizační struktura s pružnými prvky	39
3.2.3	Organizační struktury vycházející z činností nebo z jejich výsledků..	39
3.3	Personalistika	41
3.3.1	Postup výběru pracovníků	41
3.3.2	Metody personálního výběru.....	41
3.4	Vedení lidí	42
3.4.1	Vlastnosti manažera.....	43

3.5	Kontrolování	45
3.5.1	Druhy kontrol	46
3.5.2	System kontroly	47
4	KLÍČOVÉ OBLASTI HOTELOVÉHO MANAGEMENTU	48
4.1	Zákazníci	48
4.2	Aktiva	49
4.2.1	Kontrolní strategie ochrany aktiv	50
4.2.2	Prevenční strategie ochrany aktiv	51
4.3	Zaměstnanci	51
4.3.1	Výkonnost zaměstnanců	52
4.3.2	Náplň práce	53
4.3.3	Časové plánování	55
4.3.4	Efektivnost pracovního týmu	56
5	ORGANIZAČNÍ STRUKTURA HOTELU	58
5.1	Organizační schéma hotelu	58
5.2	Úrovně hotelového managementu	60
5.2.1	Pracovní náplň top managementu	61
5.2.2	Pracovní náplň středního managementu	63
5.3	Náplň práce jednotlivých pracovníků v hotelovém provozu	64
5.3.1	Front office, recepce	64
5.3.2	Housekeeping	66
5.3.3	Stravovací úsek	67
5.3.4	Technický úsek, zásobování a ostatní pomocné provozy	69
5.3.5	Zajištění dalších hotelových služeb	71
6	UBYTOVACÍ ÚSEK	74
6.1	Front office	74
6.1.1	Hotelová hala a recepce	75
6.2	Housekeeping	80
6.2.1	Druhy hotelových pokojů	81
6.2.2	Vybavení hotelového pokoje	81
6.2.3	Hotelové pokoje se zvláštním režimem	83
6.2.4	Trendy v oblasti hotelového vybavení	84
6.2.5	Úklid hotelových pokojů	85

7	STRAVOVACÍ ÚSEK	87
7.1	Stravovací úsek v hotelu	87
7.1.1	Druhy sazeb v hotelovém stravování	87
7.2.2	Hotelová snídaně	87
7.2	Organizace hotelových restaurací	88
7.3	Skladovací část	89
7.4	Výrobní část	90
7.4.1	Prostory hotelové kuchyně	90
7.4.2	Stroje a zařízení v hotelových kuchyních	91
7.5	Odbytová část	92
7.5.1	Stroje a inventář v hotelových restauracích	92
7.5.2	Nabídka hotelových restaurací	93
7.5.3	Komunikace personálu s hosty	94
7.6	Speciální akce v hotelových restauracích	96
7.7	Nové trendy v gastronomii	99
8	TECHNICKÝ ÚSEK	103
8.1	Základní principy při výstavbě hotelů	104
8.1.1	Technické požadavky na stavby ubytovacích zařízení	102
8.2	Hotelová požární bezpečnost	106
8.2.1	Technologické zabezpečení požární ochrany	107
8.3	Inteligentní budova hotelu	108
8.4	Bezpečnost a ochrana zdraví při práci (BOZP)	108
8.5	Údržba a opravy hotelového zařízení	109
8.6	Bezpečnostní pravidla v hotelu	109
9	OBCHODNĚ-EKONOMICKÝ ÚSEK	112
9.1	Finanční úsek	112
9.1.1	Finanční management hotelu	113
9.1.2	Hotelové účetnictví	115
9.2	Úsek obchodu a marketingu	116
9.3	Příjmy hotelu	117
9.3.1	Kalkulace a stanovení cen v hotelu	117

9.4	Personální úsek	120
9.4.1	Personální plánování	121
9.4.2	Hledání a výběr zaměstnanců	122
9.4.3	Vzdělávání zaměstnanců	122
10	OSTATNÍ SLUŽBY V HOTELU	124
10.1	MICE akce	124
10.1.1	Jednotlivé složky MICE	125
10.2	Leisure	127
10.2.1	Zázemí pro volnočasové aktivity	127
10.2.2	Hotelové sporty	128
10.2.3	Animační služby	131
10.3	Wellness	132
10.3.1	Technické zařízení hotelového wellness centra	133
10.3.2	Stravování ve wellness hotelu	133
10.4	Lázně	134
11	HOTELOVÝ MARKETING	136
11.1	Úvod do marketingu	136
11.1.1	Specifika marketingu služeb	139
11.2	Marketingový výzkum a marketingový informační systém	139
11.2.1	Výzkum trhu	141
11.2.2	Marketingový informační systém	141
11.2.3	Segmentace trhu	142
11.3	Marketingové plánování a strategie	145
11.3.1	Marketingová situační analýza	145
11.3.2	Stanovení marketingových cílů	150
11.3.3	Formulování marketingové strategie	151
11.3.4	Sestavení marketingového plánu	153
11.3.5	Zpětná vazba a kontrola	155
11.3.6	Proč některé plány ztroskotávají?	155

11.4 Marketingové zásady a úspěšné praktiky	156
11.4.1 Marketingové zásady	156
11.4.2 Příklady dobré praxe	158
11.4.3 Nové trendy v marketingu	159
12 MARKETINGOVÝ MIX	163
12.1 Produkt	164
12.1.1 Životní cyklus produktu	165
12.1.2 Tvorba typických produktů hotelu	167
12.2 Tvorba ceny	168
12.2.1 Tvorba ceny	169
12.2.2 Cenová diferenciacce	169
12.2.3 Ceník ubytovacích služeb	170
12.3 Distribuce	171
12.3.1 Přímá distribuce	171
12.3.2 Nepřímá distribuce	173
12.4 Propagace	174
12.4.1 Podpora prodeje	174
12.4.2 Reklama	179
12.4.3 Public relations (PR)	188
12.4.4 Osobní prodej	192
12.4.5 Přímý marketing	193
12.4.6 Sponzoring	194
12.5 Lidé	195
12.5.1 Zaměstnanci	195
12.5.2 Zákazníci	196
12.6 Kooperace	196
12.7 Packaging a programming	197
12.8 Informační technologie	199
12.8.1 Rezervační portály	200
12.8.2 Mobilní marketing	200

13 KONTROLA	201
13.1 Vnější kontrola	202
13.1.1 Hlavní oblasti státního dozoru v cestovním ruchu	203
13.1.2 Kontrolní orgány.....	206
13.2 Vnitřní kontrola.....	215
13.2.1 Mystery shopping.....	215
13.3 Hotelový controlling	216
13.3.1 Výkaznictví	217
13.3.2 Operativní controlling.....	218
13.3.3 Strategický controlling.....	226
14 MODERNÍ FORMY ŘÍZENÍ HOTELU	230
14.1 Hotelové řetězce	230
14.1.1 Způsoby fungování hotelových řetězců.....	231
14.1.2 Výhody hotelových řetězců	233
14.1.3 Problémy hotelových skupin	234
14.2 Franchising.....	234
14.1.2 Výhody a nevýhody franchisingu	235
14.3 Outsourcing	238
14.3.1 Výhody a nevýhody outsourcingu	239
14.4 Yield management a revenue management	242
14.4.1 Yield management.....	242
14.4.2 Revenue management	244
14.5 Green management.....	246
14.5.1 Příklady opatření při realizaci green managementu	248
14.5.2 Ecolabelling.....	249
15 KVALITA	251
15.1 TQM (Total Quality Management)	252
15.2 Model Excellence EFQM	254
15.2.1 Pravidla modelu EFQM.....	256
15.3 Evropská norma ISO 9001.....	256
15.3.1 Principy norem řady 9000	257
15.3.2 Shrnutí normy ISO 9001.....	257

16 KRIZOVÝ MANAGEMENT	259
16.1 Příčiny vzniku krize	260
16.2 Příznaky a stadia rozvoje krizových situací	261
16.3 Hlavní cíle a činnosti v krizovém řízení hotelu	264
16.3.1 Rady pro realizaci krizového řízení v hotelu	266
16.3.2 Krizový tým	266
16.4 Krizové situace a jejich řešení	268
16.5 Pojištění a risk management	271
16.5.1 Pojistný program hotelu	272
16.5.2 Business continuity planning (BCP)	274
17 PŘÍNOSY NOVÝCH TECHNOLOGIÍ A JEJICH VÝZNAM V CESTOVNÍM RUCHU A HOTELNICTVÍ	276
17.1 Elektronické distribuční a rezervační systémy	279
17.1.1 Globální distribuční systémy	279
17.1.2 Internetové distribuční (rezervační) systémy.....	280
17.1.3 Přímé rezervace přes webové stránky hotelu	281
17.2 Online platby.....	281
17.2.1 Zálohová faktura	281
17.2.2 Daňová faktura	282
17.2.3 Kreditní karta.....	282
17.2.4 Garance kreditní kartou	282
17.3 Využití nových technologií v marketingu	282
17.3.1 Vlivy ICT na marketing.....	283
17.3.2 Trendy v marketingu cestovního ruchu	284
17.4 Webové stránky hotelu	285
17.5 Integrace informačních systémů	287
17.6 Bezpečnost a ochrana dat	289
17.6.1 Hrozby pro informační systém	289
17.6.2 Způsoby útoku proti informačnímu systému	289
17.6.3 Prevence a protiopatření	290

18	ETIKA PODNIKÁNÍ A FIREMNÍ KULTURA	292
18.1	Etický kodex	294
18.1.1	Globální etický kodex cestovního ruchu	295
18.1.2	Etický kodex Asociace hotelů a restaurací ČR	297
18.2	Společenská odpovědnost firem	299
18.3	Firemní kultura	300
18.3.1	Znaky a funkce firemní kultury	302
19	SOCIÁLNÍ CESTOVNÍ RUCH V KONTEXTU HOTELNICTVÍ	304
19.1	Cílové skupiny	304
19.2	Univerzální design	305
19.2.1	Principy univerzálního designu	305
19.3	Cestovní ruch rodin s nízkými příjmy	306
19.4	Cestovní ruch osob se zvláštními potřebami	307
19.5	Cestovní ruch seniorů	309
19.5.1	Členění seniorů	310
19.5.2	Očekávání seniora od služeb hotelu	312
19.6	Cestovní ruch dětí, mládeže a studentů	312
19.7	Slevové portály	313
20	HOTELOVÝ A DESTINAČNÍ MANAGEMENT	315
20.1	Destinace cestovního ruchu	315
20.1.1	Životní cyklus destinace	317
20.2	Destinační management	318
20.2.1	Formy spolupráce mezi subjekty v destinaci	319
20.2.2	Organizace destinačního managementu (ODM)	320
	POUŽITÁ A DOPORUČENÁ LITERATURA	323