

Obsah

O autorech	7
Řekli o knize	9
Poděkování	10
Úvod	11
1 Historie a vývoj hotelnictví	12
1.2 Historický vývoj ubytovacích služeb	12
1.2.1 Klášterní azyl, hospitium	13
1.2.2 Ubytování ve městě	14
1.3 Etymologie vybraných pojmů cestovního ruchu	16
1.4 Stravování	18
1.4.1 Geneze a kulturně-sociální aspekty jídla a hostiny	19
1.5 Etymologie pojmů gastronomie a culinaria	21
2 Hotel – funkce, druhy, klasifikace	22
2.1 Rozdělení ubytovacích zařízení	22
2.2 Kategorizace ubytovacích zařízení	22
2.3 Klasifikace ubytovacích zařízení	23
2.3.1 Certifikace a klasifikační znaky	24
2.4 Odborná terminologie	27
2.4.1 Terminologie dle ČSN EN ISO 13809 Služby cestovního ruchu — Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – terminologie	27
2.4.2 Terminologie dle ČSN EN ISO 18513 Služby cestovního ruchu – Hotely a ostatní kategorie turistického ubytování – terminologie	28
3 Organizace a řízení hotelu	31
3.1 Vlastnické vztahy	34
3.1.1 Smlouva o řízení (management contract)	35
3.1.2 Franchising	35
3.1.3 Výhody a nevýhody řetězců	35
4 Ubytovací úsek – Front office, Housekeeping	36
4.1 Front office – recepce, halové služby	37
4.1.1 Recepce	37
4.1.2 Základní zásady a návyky recepčního profesionála za recepčním pultem	39
4.1.3 Přijetí hosta – check-in	41
4.1.4 Úloha recepce během pobytu hosta	44
4.1.5 Zásady kreditní politiky	44
4.1.6 Efektivní využití ubytovací kapacity a nástroje kontroly	46
4.1.7 Concierge – informační služba	48
4.1.8 Telefonní služby	50
4.1.9 Internet a In-room entertainment	51

4.1.10	Odjezd hosta – check-out	52
4.1.11	Rezervace	54
4.2	Housekeeping	63
4.2.1	Doplňující služby housekeepingu	64
5	Stravovací úsek	65
5.1	Vznik a význam francouzské gastronomie	65
5.2	Sestavení výrobního a prodejního programu	66
5.2.1	Analýza konkurence	67
5.2.2	Plánování a sestavení nabídky jídel	68
5.2.3	Speciality na jídelním lístku	70
5.3	Jídelní lístek – hlavní komunikátor nabídky	73
5.3.1	Efektivní jídelní lístek	74
5.3.2	Digitální nabídkové listky	78
5.3.3	Chyby jídelního lístku	78
5.4	Způsoby kalkulace prodejní ceny	79
5.4.1	Přirážková kalkulace	80
5.4.2	Rozvržení nákladů	81
5.4.3	Aplikace ziskového rozpětí	82
5.4.4	Integrovaná metoda	83
5.4.5	Menu Engineering	84
5.5	Podpora prodeje, interní marketing, metody zvyšování prodeje	85
5.5.1	Doplňkové jídelní listky	85
5.5.2	Product packaging, výstavka, vizuální prezentace apod.	86
5.5.3	Možnosti dodatečné hodnoty	86
5.5.4	Materiály zvýrazňující nákup	87
5.5.5	Sugestivní prodej	87
5.5.6	Speciální propagační praktiky a pomůcky	88
5.6	Druhy obsluhy	89
5.6.1	Talířový systém	89
5.6.2	Zakládací systém	89
5.6.3	Francouzský servis	90
5.6.4	Anglický servis (Gueridon-service)	90
5.6.5	Ruský způsob obsluhy	91
5.7	Deset zásad spokojeného zákazníka	91
6	Obchodní a marketingové oddělení	94
6.1	Marketing	94
6.1.1	Marketingový plán	95
6.1.2	Segmentace	97
6.1.3	SWOT analýza	98
6.1.4	Public Relations	99
6.1.5	Cenová tvorba	99
6.1.6	Marketingový mix	101
6.2	Organizace práce obchodního a marketingového oddělení	102

7	Technický úsek, údržba	103
8	Personální úsek	105
8.1	Personální plánování	108
8.2	Analýza pracovního místa	109
8.3	Výběr zaměstnanců	109
8.4	Hodnocení a odměňování pracovníků	112
8.5	Trénink zaměstnanců	112
8.6	Příklady tréninku	116
9	Ekonomický úsek	120
9.1	Význam spolupráce s ostatními úseky	122
9.2	Příklad užití B-E analýzy v praxi – restaurace	124
9.3	Příklad rozpočtu hotelu	130
9.4	Finanční analýza jako nástroj řízení	133
10	Metodiky Revenue a Yield management	138
10.1	Základní sledované parametry a ukazatele ubytovacího úseku	148
10.2	Nástroje RYM	149
10.2.1	Up-selling	149
10.2.2	Zaměstnanec – aktivní prodejce	150
10.2.3	Optimalizace	150
11	Řízení kvality v cestovním ruchu	152
11.1	Definice kvality	152
11.1.1	Zákazník	152
11.1.2	Očekávání	153
11.2	Systémy řízení kvality	153
11.2.1	Koncepce norem ISO	155
11.2.2	Koncepce systému TQM	157
11.2.3	Koncepce podnikových standardů	159
12	Environmentální přístup v řídicích procesech hotelu – „Green management“	162
12.1	Zelený program v hotelu	164
12.2	Cestovní ruch v prostředí přátelském ekologii	169
12.3	Vlivy cestovního ruchu na složky přírodního prostředí	170
12.3.1	Turistické znečištění	170
12.3.2	Emise	171
12.3.3	Eroze	171
12.3.4	Působení na ekosystémy	172
12.3.5	Záměrné poškozování přírodních hodnot	172
12.3.6	Negativní dopady cestovního ruchu do sociálně-kulturní sféry destinace	173
12.3.7	Vliv výstavby hotelů a komplexů služeb cestovního ruchu na urbanistiku	174

13	Informační technologie v hotelnictví	175
13.1	Property Management System	175
13.1.1	Recepce	176
13.1.2	Restaurační systém	177
13.1.3	Skladový systém	178
13.1.4	Účetnictví	178
13.1.5	Sales & Marketing	178
13.2	Internetové distribuční systémy	178
13.3	Global Distribution System – GDS	179
13.3.1	Vznik a vývoj reZervačních systémů	180
13.3.2	Globální distribuční systémy	181
13.4	Internet, intranet a informační síť	182
13.4.1	Internet – základní pojmy (www, url, intranet, ...)	182
13.4.2	Webová prezentace	183
13.5	Autorské právo, právo na ochranu osobnosti	183
14	Outsourcing	186
14.1	Aplikace outsourcingu v hotelovém provozu	187
14.2	Další činnosti, kde se outsourcing uplatňuje	188
14.3	Obecná rizika aplikovaného outsourcingu	189
15	Bezpečnost hosta v hotelu	190
15.1	Ochrana hostova soukromí	190
15.2	Ochrana hostova majetku	191
15.3	Ochrana hostova zdraví a života	191
15.3.1	Doporučené zásady chování a výkonu pracovních činností dle profesí	194
15.4	Krizový manuál	197
16	Fitness a wellness v hotelovém provozu	198
16.1	Fitness	198
16.1.1	Budget centra	199
16.1.2	Value kluby	199
16.1.3	3 rd place / luxury centra	199
16.2	Wellness	200
Literatura		202
Summary		203
Příloha 1		204
Příloha 2	KONTROLNÍ LIST HOUSEKEEPINGU	205
Příloha 3	DOTAZNÍK SPOKOJENOSTI	212
Příloha 4	REGISTRAČNÍ KARTY	214
Fotografická příloha		216