Obsah

Úvod ... 9

Stav poznání a řešení dané problematiky ... 10

1 **Trh – znak moderní společnosti** ... 11

2 **Sociokulturní jednání lidské společnosti ve službách a v lidském rozhodování** ... 13

2.1 Racionální sociální jednání lidské společnosti ... 13

2.2 Iracionální sociální jednání lidské společnosti ... 14

2.3 Institucionalizace jednání ... 14

2.4 Ovlivnění zákazníka jako jedna z manipulativních technik ve službách ... 15

2.5 Využití spirálového managementu ve službách ... 16

2.6 Empirické šetření sociálních vlivů ovlivňujících jednání manažerů v sektoru služeb se zaměřením na hotelový průmysl ... 17

3 **Sociálně kulturní vlivy – vliv kultury – sociokulturní výzkum ve službách** ... 21

3.1 Firemní kultura jako sociální faktor lidského jednání v managementu služeb ... 23

3.2 Kulturní diverzita sociologie trhu ve službách ... 24

3.3 Podniková kultura v hotelovém prostředí ... 26

4 **Sociokulturní aspekty lidské společnosti a sociálních jevů se zaměřením na gender** ... 29

4.1 Historické postavení žen ve společnosti ... 29

4.1.1 Pravěký matriarchát ... 29

4.1.2 Starověk a postavení ženy ... 30

4.1.3 Středověk a vliv křesťanství ... 30

4.1.4 Ženy v 19. století ... 30

4.1.5 Ženy ve 20. století ... 31

4.1.6 Feminismus ... 32

4.1.7 Role ženy v současné společnosti ... 32

4.2 Gender a ekonomická výkonnost ... 35

5 **Sociokulturní aspekty vzdělávání zaměstnanců ve službách se zaměřením na hotelnictví a gastronomii** ... 37

5.1 Vzdělávání jako součást konzumního způsobu života a kultivace vlastního životního stylu ... 38

5.2 Vzdělávání a celoživotní učení personálu v sektoru služeb ... 39

5.3 Didaktika využívaná v hotelové praxi ... 42

5.3.1 Didaktika – metoda výuky (učitel vs. žák) ... 43

6 Zaměstnanost a fluktuace jako sociální problém ve službách, ruku v ruce se mzdovou politikou ... 45

7 Rasová nesnášenlivost, netolerance, diskriminace jako sociokulturní problém etiky a etikety v sektoru služeb ... 53

7.1 Rasa či etnický původ ... 54
7.2 Víra či světový názor ... 54
7.3 Náboženská diskriminace v zaměstnání ... 54
7.4 Zdravotní postižení ... 55
7.5 Věk jako problém spravedlnosti? ... 55
7.6 Problematika věkové diskriminace v migračním právu, politice a praxi ... 57
7.6.1 Intersekcionalita ... 58
7.6.2 Sexuální orientace ... 59
7.6.3 Sociální vyloučení ... 60
7.6.4 Konceptualizování věkové diskriminace v kontextu nucené migrace ... 61
7.7 Země, regiony a jejich odlišnosti – kulturní rozdíly jako sociologický problém etiky a etikety v sektoru služeb ... 62
7.7.1 Evropa ... 62
7.7.2 Arabské státy ... 63
7.7.3 Blízký východ ... 64
7.7.4 Asie ... 64
7.7.5 Spojené státy ... 65

8 Sociální marketing ve službách ... 67

8.1 Problematika zdravotně postižených se zaměřením na autismus jako součást sociálního marketingu a jejich uplatnění v oblasti služeb ... 68
8.2 Zařazení osob s diagnostikovaným autismem do pracovního procesu v rámci sociálního marketingu ... 72
8.2.1 Chráněná pracovní dílna ... 72
8.2.2 Podporované zaměstnávání ... 73
8.2.3 Zvýhodnění zaměstnavatelů, kteří vytvoří pracovní místa lidem s diagnostikovaným autismem v rámci sociálního marketingu ... 73
8.3 Vhodná povolání pro osoby s diagnostikovaným autismem ... 74

9 Sociokulturní aspekty věkových skupin – postoje společnosti ke starším lidem a jejich pracovní začlenění v sektoru služeb ... 77

10 Sociokulturní aspekty zdraví a nemoci – syndrom vyhoření, stres a frustrace ... 83

10.1 Teoretické zarámování řešené problematiky ... 83
10.2 Tvořivost v řídící práci manažera hotelového průmyslu ... 84

10.3 Stres jako jeden z „frustrátorů" faktoru sebepoznání managementu hotelnictví ... 90
10.4 Frustrace u hotelového managementu není nic neobvyklého ... 92
10.5 Několik etap syndromu vyhoření managementu hotelnictví ... 93
10.6 Diskuze – prevence proti syndromu vyhoření hotelového managementu ... 97

11 Sociokulturní aspekty komunikace se zaměřením na sebereflexi managementu služeb ... 101

11.1 Teoretické zarámování řešené problematiky ... 101
11.2 Kreativita – tvořivost managementu v hotelovém průmyslu ... 102
11.3 Biologicko – sociologický model kreativity managementu hotelového průmyslu ... 105
11.3.1 Biologické faktory managementu v hotelovém průmyslu ... 106
11.3.2 Osobnostní faktory managementu v hotelovém průmyslu ... 106
11.3.3 Kognitivní faktory managementu v hotelovém průmyslu ... 107
11.3.4 Sociální faktory managementu v hotelovém průmyslu ... 107
11.3.5 Metody tvůrčího myšlení hotelového managementu ... 108
11.3.6 Metodika managementu při kreativním řešení problémů ... 109
11.3.7 Identifikace problému ... 110
11.3.8 Řešení problému ... 110
11.3.9 Aplikace přístupu ... 110
11.4. Individuální metody tvůrčího myšlení managementu a odbourávání bariér ... 110
11.4.1 Využití metody brainstormingu v hotelovém průmyslu ... 114
11.4.2 Gordonova synektická metoda využitelná v hotelnictví ... 115
11.4.3 Metoda Kaizen ... 116

12 Závěr ... 117

13 Seznam obrázků ... 118

14 Seznam tabulek ... 118

15 Seznam grafů ... 119

16 Seznam schémat ... 119

17 Seznam literatury ... 120

Abstrakt ... 126

Z recenzních posudků ... 128

Rejstřík ... 130