

Obsah

O autorech	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 – Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři)	27
2.4.2 Terminologie – Hotely a ostatní kategorie turistického ubytování	27
3. Organizace a řízení hotelu	31
3.1 Vlastnické vztahy	33
3.1.1 Smlouva o řízení (management contract)	34
3.1.2 Franchising	34
3.1.3 Výhody a nevýhody řetězců	34
4. Ubytovací úsek – Front Office, Housekeeping	35
4.1 Front Office – recepce, halové služby	36
4.1.1 Recepce	36
4.1.2 Základní zásady a návyky recepčního profesionála za recepčním pultem	38
4.1.3 Přijetí hosta – check-in	40
4.1.4 Úloha recepce během pobytu hosta	43
4.1.5 Zásady kreditní politiky	43
4.1.6 Efektivní využití ubytovací kapacity a nástroje kontroly	45
4.1.7 Concierge – informační služba	48
4.1.8 Telefonní služby	49

4.1.9	Odjezd hosta – check-out	50
4.1.10	Rezervace	53
4.2	Housekeeping	61
4.2.1	Doplňující služby housekeepingu	62
5.	Stravovací úsek	63
5.1	Vznik a význam francouzské gastronomie	63
5.2	Sestavení výrobního a prodejního programu	64
5.2.1	Analýza konkurence	65
5.2.2	Plánování a sestavení nabídky jídel	66
5.2.3	Speciality na jídelním lístku	68
5.3	Jídelní lístek – hlavní komunikátor nabídky	71
5.3.1	Efektivní jídelní lístek	71
5.3.2	Chyby jídelního lístku	75
5.4	Způsoby kalkulace prodejní ceny	76
5.4.1	Přirážková kalkulace	76
5.4.2	Rozvržení nákladů	78
5.4.3	Aplikace ziskového rozpětí	79
5.4.4	Integrovaná metoda	80
5.4.5	Menu Engineering	81
5.5	Podpora prodeje, interní marketing, metody zvyšování prodeje	82
5.5.1	Doplňkové jídelní lístky	82
5.5.2	Produkt packaging, výstavka, vizuální prezentace apod.	82
5.5.3	Možnosti dodatečné hodnoty	83
5.5.4	Materiály zvýrazňující nákup	83
5.5.5	Sugestivní prodej	84
5.5.6	Speciální propagační praktiky a pomůcky	84
5.6	Druhy obsluhy	85
5.6.1	Talířový systém	86
5.6.2	Zakládací systém	86
5.6.3	Francouzský servis	86
5.6.4	Anglický servis (Gueridon-service)	87
5.6.5	Ruský způsob obsluhy	87
5.7	Deset zásad spokojeného zákazníka	88
6.	Obchodní a marketingové oddělení	91
6.1	Marketing	91
6.1.1	Marketingový plán	92
6.1.2	Segmentace	94
6.1.3	SWOT analýza	95
6.1.4	Public Relations	95
6.1.5	Cenová tvorba	96
6.1.6	Marketingový mix	98
6.2	Organizace práce obchodního a marketingového oddělení	99

7.	Technický úsek, údržba	100
8.	Personální úsek	102
8.1	Personální plánování	105
8.2	Analýza pracovního místa	106
8.3	Výběr zaměstnanců	106
8.4	Hodnocení a odměňování pracovníků	109
8.5	Trénink zaměstnanců	109
8.6	Příklady tréninku	113
9.	Ekonomický úsek	117
9.1	Význam spolupráce s ostatními úseky	118
9.2	Příklad užití B-E analýzy v praxi – restaurace	120
9.3	Příklad rozpočtu hotelu	126
10.	Metodiky Revenue a Yield Management	129
10.1	Základní sledované parametry a ukazatele ubytovacího úseku	139
10.2	Nástroje RYM	140
10.2.1	Up-selling	140
10.2.2	Zaměstnanec – aktivní prodejce	141
10.2.3	Optimalizace	141
11.	Řízení kvality v cestovním ruchu	143
11.1	Definice kvality	143
11.1.1	Zákazník	143
11.1.2	Očekávání	144
11.2	Systémy řízení kvality	144
11.2.1	Koncepce norem ISO	146
11.2.2	Koncepce systému TQM	148
11.2.3	Koncepce podnikových standardů	150
12.	Environmentální přístup v řídicích procesech hotelu – „Green management“	153
12.1	Zelený program v hotelu	155
12.2	Cestovní ruch v prostředí přátelském ekologii	160
12.3	Vlivy cestovního ruchu na složky přírodního prostředí	161
12.3.1	Turistické znečištění	161
12.3.2	Emise	161
12.3.3	Eroze	162
12.3.4	Působení na ekosystémy	163
12.3.5	Záměrné poškozování přírodních hodnot	163

12.3.6	Negativní dopady cestovního ruchu do sociálně-kulturní sféry destinace	164
12.3.7	Vliv výstavby hotelů a komplexů služeb cestovního ruchu na urbanistiku	165
13.	Informační technologie v hotelnictví	166
13.1	Property Management System	166
13.1.1	Recepce	167
13.1.2	Restaurační systém	168
13.1.3	Skladový systém	169
13.1.4	Účetnictví	169
13.1.5	Sales Marketing	169
13.2	Internetové distribuční systémy	169
13.3	Global Distribution System – GDS	170
13.3.1	Vznik a vývoj rezervačních systémů	171
13.3.2	Globální distribuční systémy	172
13.4	Internet, intranet a informační síť	173
13.4.1	Internet – základní pojmy (www, url, intranet, ...)	173
13.4.2	Webová prezentace	174
13.5	Autorské právo, právo na ochranu osobnosti	175
14.	Outsourcing	178
14.1	Aplikace outsourcingu v hotelovém provozu	179
14.2	Další činnosti, kde se outsourcing uplatňuje	180
14.3	Obecná rizika aplikovaného outsourcingu	181
15.	Bezpečnost hosta v hotelu	182
15.1	Ochrana hostova soukromí	182
15.2	Ochrana hostova majetku	183
15.3	Ochrana hostova zdraví a života	183
15.4	Krizový manuál	185
Literatura	187
Přílohy	189