# Spis treści

<table>
<thead>
<tr>
<th>Wprowadzenie</th>
<th>9</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Część I. Wprowadzenie do hotelarstwa</strong></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozdział I. Specjalistyczna terminologia hotelarska</strong></td>
<td>15</td>
</tr>
<tr>
<td>Pytania otwarte i testowe</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozdział II. Historia hotelarstwa</strong></td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1. Hotelarstwo w starożytności i średniowieczu</td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2. Hotelarstwo nowożytne do XIX wieku</td>
<td>28</td>
</tr>
<tr>
<td>2.3. Hotelarstwo w XX wieku</td>
<td>31</td>
</tr>
<tr>
<td>Pytania otwarte i testowe</td>
<td>40</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozdział III. Teoretyczno-praktyczne aspekty branży hotelarskiej</strong></td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>3.1. Oferta hotelarska i jej cechy</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>3.2. Elementy składowe obiektu hotelarskiego</td>
<td>47</td>
</tr>
<tr>
<td>3.3. Specyfika branży hotelarskiej</td>
<td>50</td>
</tr>
<tr>
<td>Pytania otwarte i testowe</td>
<td>56</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Rozdział IV. Klasifikacja i kategoryzacja obiektów hotelarskich</strong></td>
<td>59</td>
</tr>
<tr>
<td>4.1. Funkcje klasifikacji i kategoryzacji na rynku hotelarskim</td>
<td>59</td>
</tr>
<tr>
<td>4.2. Czynniki wpływające na wykorzystanie klas i kategorii na rynku hotelarskim</td>
<td>61</td>
</tr>
<tr>
<td>4.3. Instytucje odpowiedzialne za przyznawanie klas i kategorii obiektom noclegowym</td>
<td>63</td>
</tr>
<tr>
<td>4.4. Klasifikacja i kategoryzacja usług noclegowych w Polsce</td>
<td>66</td>
</tr>
<tr>
<td>Pytania otwarte i testowe</td>
<td>70</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Część II. Wybrane aspekty marketingu w hotelarstwie

Rozdział I. Marketing przedsiębiorstwa hotelarskiego w ujęciu tradycyjnym
1.1. Podstawy marketingu w hotelarstwie 91
1.2. Produkt przedsiębiorstwa hotelarskiego w ujęciu marketingowym 96
1.3. Kanały dystrybucji usług hotelarskich 100
1.4. Cena usług hotelarskich 108
1.5. Promocja usług hotelarskich 111
1.6. Czynniki ludzki w przedsiębiorstwie hotelarskim 118
1.7. Proces świadczenia usług hotelarskich 122
1.8. Świadczenia materialne przedsiębiorstw hotelarskich 124
Pytania otwarte i testowe 127

Rozdział II. Marketing przedsiębiorstwa hotelarskiego w ujęciu nowoczesnym 129
2.1. Wykorzystanie mediów społecznościowych w hotelarstwie 130
2.2. Wykorzystanie narzędzia product placement w hotelarstwie 133
2.3. Stosowanie content marketingu w hotelarstwie 136
2.4. Wykorzystanie Corporate Social Responsibility w hotelarstwie 138
2.5. Stosowanie marketingu lojalnościowego w hotelarstwie 139
2.6. Sprzedaż i promocja usług hotelarskich przy wykorzystaniu platform zakupowych 143
Pytania otwarte i testowe 148

Część III. Wybrane obszary zarządzania w hotelarstwie

Rozdział I. Struktury organizacyjne w hotelarstwie 153
1.1. Podstawowe zagadnienia z zakresu struktur organizacyjnych obiektów hotelarskich 153
1.2. Rodzaje struktur organizacyjnych obiektów hotelarskich 157
Pytania otwarte i testowe 163

Rozdział II. Organizacje hotelarskie w Polsce i na świecie 165
2.1. Miejsce organizacji non profit na rynku 165
2.2. Pojęcie i funkcje organizacji hotelarskiej 167
2.3. Międzynarodowe organizacje hotelarskie 171
2.3.1. IH&RA 171
2.3.2. Inne organizacje międzynarodowe 173
2.4. Organizacje hotelarskie na poziomie krajowym 175
2.4.1. Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego 175
2.4.2. Polska Izba Hotelarstwa 176
Pytania otwarte i testowe 177

ROZDZIAŁ III. ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI W HOTELARSTWIE 179
3.1. Zatrudnienie w hotelarstwie 179
  3.1.1. Cechy sektora hotelarskiego determinujące popyt na zasoby ludzkie 179
  3.1.2. Charakterystyka zasobów ludzkich w hotelarstwie 182
  3.1.3. Place i pozapłacowe korzyści w hotelarstwie 185
3.2. Zarys zarządzania personelem w hotelarstwie 186
Pytania otwarte i testowe 193

ROZDZIAŁ IV. KONCEPCJA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W ZARZĄDZANIU PRZEDSIĘBIORSTWEM HOTELARSkim 195
4.1. Teoria zrównoważonego rozwoju a cel funkcjonowania przedsiębiorstwa hotelarskiego 195
4.2. Korzyści aplikacji teorii zrównoważonego rozwoju 201
4.3. Problemy związane z asymetrią informacji 206
Pytania otwarte i testowe 210

ROZDZIAŁ V. ZARZĄDZANIE GASTRONOMIĄ W HOTELARSTWIE 213
5.1. Związek gastronomii z branżą hotelarską 213
5.2. Wybrane zagadnienia zarządzania w hotelowej gastronomii 219
Pytania otwarte i testowe 225

SPIS TABEL 227
SPIS RYSUNKÓW 229
SPIS STUDIÓW PRZYPADKÓW 231
WYKAZ LITERATURY 233
KLUCZ ODPOWIEDZI DO PYTAŃ TESTOWYCH 247