

Spis treści

1. Wstęp	5
2. Podstawowe pojęcia w Internecie	6
2.1 Czym jest Internet	6
2.2 Usługi internetowe	7
2.3 Rezerwacja i sprzedaż usług turystycznych przez Internet	12
3. Internet w turystyce i hotelarstwie na świecie	13
3.1 Internet na świecie	13
3.2 Handel elektroniczny w turystyce	14
3.3 Touroperatorzy	15
3.4 Internetowe biura podróży	18
3.5 Linie lotnicze	25
3.6 Hotele	29
3.7 Globalne systemy rezerwacyjne	32
3.8 Systemy informacji turystycznej	34
4. Internet w branży turystycznej i hotelarskiej w Polsce	39
4.1 Zastosowanie Internetu w biurze podróży	39
4.2 Internetowe biura podróży	44
4.3 Zastosowanie Internetu w hotelu	50
5. Internet a marketing usług turystycznych	63
5.1 Produkt	63
5.2 Cena	64
5.3 Dystrybucja	65
5.4 Reklama	66
5.5 Reklama internetowa w turystyce	68
6. Internet a perspektywy rozwoju turystyki	70
6.1 Szybki wzrost handlu elektronicznego	70
6.2 Rozwój handlu elektronicznego w turystyce	71
6.3 Zmiany w biznesie turystycznym	72
6.4 Nowe technologie, nowe możliwości	74
7. Prawne aspekty wykorzystania Internetu w turystyce i hotelarstwie	75
7.1 Najważniejsze akty prawne	75
7.2 Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną	76
7.3 Ustawa o podpisie elektronicznym	78
7.4 Ustawa o ochronie danych osobowych	80
7.5 Regulacje w Unii Europejskiej	80

8. Ogólne informacje dotyczące systemów informatycznych wykorzystywanych w hotelarstwie	83
8.1 Uwagi wstępne	83
8.2 Zastosowanie technologii w hotelarstwie i turystyce	84
8.3 Tendencje rozwojowe w Europie	85
8.4 Zastosowanie nowoczesnych technologii w turystyce w Polsce – przegląd sytuacji w poszczególnych sektorach	86
8.5 Hotele	87
8.6 Touroperatorzy	89
8.7 Agencje turystyczne	89
8.8 Przewoźnicy autobusowi	90
8.9 Informacja turystyczna	90
8.10 Wnioski	91
9. Zastosowanie systemów komputerowych w działalności hotelu	92
10. Zastosowanie systemów komputerowych w działalności marketingowej hotelu	98
11. Zagrożenia związane z wykorzystaniem systemów komputerowych	105
12. Zintegrowany system do zarządzania hotelem i restauracją firmy HS Partner Pro-Test SA	112
12.1 Charakterystyka i ocena działania programu ProHOTT	114
12.2 Program Bankietowo-Konferencyjny ProBANN 2000	120
12.3 Program Restauracyjny ProRESS	124
12.4 Program Gastronomiczny ProGASS	128
13. Charakterystyka systemów rezerwacyjnych ProHOTT 2000 i Fidelio	135
13.1 Informacje o producencie systemu ProHOTT 2000	135
13.2 Programy oferowane przez firmę HS Partner Pro-Test SA	136
13.3 Opis funkcji programu ProHOTT 2000	136
13.4 Charakterystyka systemu Fidelio	141
14. Analiza porównawcza systemów ProHOTT 2000 i Fidelio Front Office	145
14.1 Analiza funkcjonalności oprogramowania	145
14.2 Analiza penetracji rynku obiektów hotelowych	146
15. Perspektywy rozwoju systemów rezerwacyjnych w gospodarce turystycznej	147
15.1 Wstęp	147
15.2 Możliwości rozwoju systemów rezerwacyjnych dla potrzeb turystyki	148
Dodatek – Turystyka na portalach onet.pl. i interia.pl	151
Bibliografia	159