

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE / <i>Stefan Bosiacki</i> /	6
Rozdział 1. PODSTAWY WIEDZY O ORGANIZACJI	
I ZARZĄDZANIU / <i>Jan Sikora</i> /	7
1.1. Przedmiot organizacji i zarządzania	7
1.1.1. Pojęcia organizacji	7
1.1.2. Struktura organizacyjna, rodzaje i warunki tworzenia	12
1.1.3. Sprawność działania organizacji	25
1.1.4. Istota zarządzania	28
1.1.5. Psychospoleczne determinanty zarządzania	36
1.2. Rys historyczny wiedzy o organizacji i zarządzaniu	40
1.2.1. Początki organizacji i zarządzania w świecie	40
1.2.2. Rozwój organizacji i zarządzania w Polsce	44
1.3. Funkcje organizacji i zarządzania	45
1.4. Organizacja i zarządzanie a inne nauki	47
1.5. Teoria organizacji i zarządzania w praktyce turystycznej	49
Rozdział 2. TURYSTYKA JAKO DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA	
/ <i>Stefan Bosiacki</i> /	53
2.1. Istota współczesnej turystyki	53
2.2. Podstawowe funkcje współczesnej turystyki	59
2.3. Turystyka a gospodarka	63
Rozdział 3. PODMIOTY GOSPODARCZE W TURYSTYCE	
/ <i>Andrzej Wartecki</i> /	68
3.1. Pojęcia i cele przedsiębiorstwa turystycznego	68
3.1.1. Aspekt gospodarczy konsolidacji przedsiębiorstw turystycznych	72
3.2. Podstawy prawne działalności gospodarczej przedsiębiorstwa turystycznego	74
3.2.1. Globalny Kodeks Etyki w turystyce	100
3.3. Funkcje przedsiębiorstwa turystycznego	104
3.4. Klasyfikacja i organizacja przedsiębiorstw turystycznych	107
3.4.1. Spółki	108
3.4.2. Spółdzielnie	123
3.5. Organizacyjne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego	126
3.6. Zasoby kapitałowe, majątkowe i kadrowe oraz ich rola w przedsiębiorstwie turystycznym	139
3.6.1. Zasoby kapitałowo-majątkowe	139
3.6.2. Rodzaje umów leasingowych	141

3.6.3. Inne operacje finansowe	147
3.6.4. Zasoby kadrowe	148
3.7. Współczesne koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym	151
3.7.1. Organizacyjno-decyzyjne koncepcje zarządzania	152
3.7.2. Jakościowe koncepcje zarządzania	159
3.8. Informatyczne systemy wspomagające zarządzanie.....	170
3.8.1. Systemy informatyczne o specjalistycznym zastosowaniu	172
3.9. Logistyka w turystyce	187
3.9.1. Najważniejsze postanowienia konwencji AETR	195
3.9.2. Globalny System Pozycjonowania	197
3.9.3. Wybrane aspekty logistyki niemieckich firm specjalizujących się w obsłudze ruchu turystycznego	199
3.9.4. Zarządzanie logistyczne w firmie specjalizującej się w turystyce morskiej	205

Rozdział 4. SYSTEMY ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM /Jan Sikora/

4.1. Specyfika przedsiębiorstwa turystycznego	213
4.2. Planowanie działalności	214
4.3. Organizowanie pracy	219
4.4. Motywowanie pracowników	224
4.4.1. Wczesne teorie motywacji pracowników	226
4.4.2. Współczesne teorie motywacji pracowników	229
4.4.3. Praktyczne aspekty motywacji	242
4.5. Kontrolowanie	245
4.6. Decydowanie	247
4.7. Style zarządzania	249

Rozdział 5. PROCESY DESTABILIZUJĄCE ZARZĄDZANIE

<i>/Andrzej Wartecki/</i>	253
5.1. Wpływ stresu i emocji na efekty pracy	253
5.1.1. Trzy podejścia do stresu	253
5.1.2. Modele stresu	255
5.1.3. Stres w odniesieniu do umysłu	259
5.1.4. Stres w odniesieniu do człowieka	261
5.1.5. Skutki stresu w podejmowaniu decyzji	262
5.2. Konflikty w zarządzaniu przedsiębiorstwem turystycznym i ich przyczyny	275
5.3. Istota, czynniki decydujące o skuteczności negocjacji	280

Rozdział 6. ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE W PRZEDSIĘBIORSTWIE TURYSTYCZNYM <i>/Joanna Śniadek/</i>	283
6.1. Organizacja działań marketingowych w przedsiębiorstwie turystycznym	283
6.1.1. Marketing w strukturach organizacyjnych przedsiębiorstwa	284
6.1.2. Informacja marketingowa.....	293
6.1.3. Badania marketingowe	296
6.2. Analiza otoczenia firmy turystycznej	304
6.3. Plan marketingowy jako narzędzie w systemie zarządzania przedsiębiorstwem	307
6.4. Strategia zarządzania marketingowego przedsiębiorstwem turystycznym	309
6.4.1. Zarządzanie produktem.....	312
6.4.2. Zarządzanie ceną	320
6.4.3. Zarządzanie dystrybucją.....	322
6.4.4. Zarządzanie promocją	327
6.5. Strategie przedsiębiorstw turystycznych wobec konkurencji	331
LITERATURA	333