

1. Istota turystyki i usług turystycznych (Krystyna Żelazna)

2. Podstawowe informacje z zakresu historii turystyki i hotelarstwa (Monika Świątkowska)

2.1. Wprowadzenie

2.2. Historia turystyki na świecie i w Polsce

2.3. Historia hotelarstwa na świecie i w Polsce

3. Podstawowe pojęcia z zakresu turystyki i usług hotelarsko-turystycznych (Monika Świątkowska)

4. Wybrane zagadnienia organizacyjno-prawne z zakresu prowadzenia działalności turystycznej i hotelarskiej (Beata Mikuta)

4.1. Wprowadzenie

4.2. Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej

4.3. Ustawa o usługach turystycznych

4.4. Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie

5. Struktura podaży i organizacja rynku hotelarskiego (Monika Świątkowska)

5.1. Wprowadzenie

5.2. Baza noclegowa i hotele w Polsce

5.3. Międzynarodowe systemy hotelowe

6. Organizacja pracy w hotelu (Beata Sawicka)

6.1. Wprowadzenie

6.2. Misja hotelu

6.3. Charakterystyka pomieszczeń w budynku hotelowym

6.3.1. Charakterystyka przestrzenno-funkcjonalna

6.3.2. Budynek hotelowy wraz ze strefą wejściową i otoczenie zewnętrzne

6.3.3. Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna

6.3.4. Hall hotelowy

6.3.5. Recepcja

6.3.6. Zespół mieszkalny

6.3.7. Zespół gastronomiczny

6.3.8. Zespół wielofunkcyjny

6.3.9. Zespół handlowo-usługowy

6.3.10. Zespół rekreacyjno-wypoczynkowy

6.3.11. Zaplecze techniczne

6.3.12. Zaplecze socjalne pracowników

6.3.13. Administracja hotelowa i dyrekcja

6.3.14. Zabezpieczenia techniczne budynku hotelowego a bezpieczeństwo gości

6.4. Struktura organizacyjna hotelu i dokumenty organizacyjne

6.4.1. Struktura organizacyjna hotelu

6.4.2. Regulamin hotelowy

6.4.3. Standardy hotelowe

6.4.4. Hotelarz i gość hotelowy w świetle obowiązującego prawa

6.5. Funkcjonowanie poszczególnych zespołów hotelu Personel hotelowy

6.5.1. Funkcjonowanie i zadania recepcji hotelowej

6.5.2. Służby parterowe

6.5.3. Funkcjonowanie i organizacja pracy służby pięter

6.5.4. Usługi gastronomiczne w hotelach

6.5.5. Dział techniczny

6.5.6. Dyrekcja i administracja hotelowa

6.6. Systemy rezerwacyjne w turystyce i hotelarstwie

7. Funkcjonowanie biur podróży (Monika Świątkowska)

8. Impreza turystyczna jako produkt biura podróży (Ewa Świstak)

8.1. Wprowadzenie

8.2. Przygotowanie imprezy

8.2.1. Cel i program

8.2.2. Świadczenia w ramach imprezy

8.2.3. Kalkulacja imprezy

8.3. Realizacja imprezy - pilotaż

9. Organizacja usług agroturystycznych w Polsce (Beata Mikuta)

9.1. Wprowadzenie

9.2. Turystyka wiejska - pojęcie, funkcje, możliwości rozwoju

9.3. Istota agroturystyki

9.4. Korzyści wynikające z rozwoju agroturystyki

9.5. Gospodarstwo agroturystyczne

9.6. Charakterystyka produktu agroturystycznego

9.7. Baza noclegowa dla agroturystyki

9.8. Organizacje wspomagające rozwój agroturystyki

10. Turystyka na terenach chronionych (Ewa Świstak)

10.1. Wprowadzenie

10.2. Polskie obszary chronione jako walory turystyczne

10.3. Negatywne skutki turystyki na polskich obszarach chronionych

10.4. Turystyka zrównoważona i ekoturystyka

11. Jakość usług turystycznych (Ewa Świstak)

11.1. Wprowadzenie

11.2. Jakość walorów turystycznych

11.3. Społeczność lokalna a rozwój i jakość turystyki

11.4. Czynniki ludzkie a jakość obsługi klienta

11.5. Metody pomiaru jakości usług turystycznych

12. Żywnienie w turystyce z elementami obsługi konsumenta (Beata Mikuta)

12.1. Wprowadzenie

12.2. Zasady żywienia różnych grup ludności

12.3. Zasady układania jadłospisów

12.4. Elementy obsługi konsumenta

12.4.1. Obsługa konsumenta i serwis (definicje)

12.4.2. Zastawa i bielizna stołowa

12.4.3. Przygotowanie jadalni do obsługi gości

12.4.4. Podstawowe zasady obsługi konsumenta

13 Finansowe aspekty działalności turystycznej i hotelarskiej (Hanna Górską-Warsewicz)

13.1. Bilans przedsiębiorstwa turystycznego i hotelarskiego odzwierciedleniem posiadanego majątku i zaangażowanego kapitału

13.2. Wynik finansowy przedsiębiorstwa turystycznego i hotelarskiego - czynniki kształtujące jego wysokość efektywność działalności turystycznej i hotelarskiej

14. Elementy marketingu usług turystycznych (Maria Jeznach)

14.1. Wprowadzenie

14.2. Pojęcie produktu i usługi turystycznej

14.2.1. Pojęcie produktu w marketingu

14.2.2. Klasyfikacja produktów turystycznych

14.2.3. Usługi turystyczne

14.3. Promocja w usługach turystycznych

14.4. Reklama w turystyce

14.4.1. Rodzaje reklamy

14.4.2. Środki i nośniki reklamy w turystyce

14.4.3. Sprzedaż osobista

14.4.4. Public relations

14.4.5. Promocja dodatkowa

14.5. Cena w turystyce

14.6. Dystrybucja usług turystycznych

14.6.1. Przedsiębiorstwa turystyczne

14.6.2. Pojęcie dystrybucji

14.6.3. Funkcje dystrybucji

14.6.4. Klasyfikacja i charakterystyka kanałów dystrybucji

Literatura

Załączniki