

Hotel jako podmiot na rynku turystycznym

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

Praca magisterska, GÓRNOŚLĄSKA WYŻSZA SZKOŁA HANDLOWA im. Wojciecha Korfanego w Katowicach

WSTĘP

Rozdział I

ISTOTA RYNKU TURYSTYCZNEGO

- 1.1. Definicja rynku turystycznego
- 1.2. Podmioty rynku turystycznego
 - 1.2.1. Obiekty zakwaterowania zbiorowego
 - 1.2.2. Obiekty gastronomiczne
 - 1.2.3. Turyści jako konsumenci na rynku turystycznym

Rozdział II

HOTEL NA RYNKU TURYSTYCZNYM

- 2.1. Definicje i zakres pojęcia hotel
- 2.2. Rodzaje i kategoryzacja bazy hotelowej
- 2.3. Regulacje prawne w hotelarstwie
- 2.4. Uwarunkowania rozwoju hotelarstwa
 - 2.4.1. Hotelarstwo w polityce państwa w Polsce
 - 2.4.2. Czynniki kształtujące rozwój hotelarstwa
 - 2.4.3. Kierunki rozwoju hotelarstwa w Polsce
 - 2.4.4. Kierunki rozwoju hotelarstwa światowego

Rozdział III

ZARZĄDZANIE HOTELEM JAKO UWARUNKOWANIE ISTNIENIA PODMIOTU NA RYNKU

- 3.1. Struktura organizacyjna hotelu
- 3.2. Struktura zarządzania
- 3.3. Rodzaje produktów hotelowych

3.4. Koncepcje zarządzania w obiektach hotelarskich

Rozdział IV

ZARZĄDZANIE BIEŻĄCĄ DZIAŁALNOŚCIĄ HOTELU NA PRZYKŁADZIE HOTELU SILESIA

4.1. Charakterystyka badanego podmiotu

4.1.1. Grupa Hotelowa Orbis

4.1.2. Hotel Orbis „Silesia

4.2. Marketing w hotelu (działalność marketingowa)

4.3. Polityka cenowa przedsiębiorstwa

4.4. Zarządzanie zasobami ludzkimi – systemy ocen pracowniczych

4.5. Promocja

4.5.1. Instrumenty promocji – programy lojalnościowe

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis