

# Hotel jako podmiot na rynku turystycznym

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

Praca magisterska, GÓRNOŚLĄSKA WYŻSZA SZKOŁA HANDLOWA im. Wojciecha Korfantego 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