

Obsah modulové knihy

Úvod.....	9
1 Společenské a sociální změny a jejich vliv na rozvoj hotelů ve světě.....	10
1.1 Počátek a vznik nadnárodních hotelových řetězců.....	13
1.2 Zrod hotelového průmyslu.....	14
Literatura	15
2 Hotelové řetězce, charakteristika hotelových řetězců.....	16
Literatura	18
3 Vlastnictví hotelových řetězců.....	19
3.1 Nájemní smlouvy.....	19
3.2 Manažerské smlouvy (Smlouvy o řízení).....	19
3.3 Franchisingové smlouvy.....	20
3.4 Podoby hotelových řetězců.....	20
3.5 Výhody a nevýhody hotelů zapojených do hotelových řetězců	20
Literatura	21
4 Kultivovanost prostředí a kategorizační znaky jednotlivých mezinárodních hotelů	22
4.1 Typ ubytovacího zařízení	22
4.2 Velikost zařízení	24
4.3 Úroveň služeb	25
4.4 Umístění hotelu.....	26
4.5 Affiliation – připojení.....	28
Literatura	32
5 Vize budoucnosti marketingu cestovního ruchu a dalších služeb v Evropě	33
5.1 Politické faktory	33
5.2 Ekonomické faktory	34
5.3 Sociální faktory.....	34
5.4 Technologické faktory	35
5.5 Stírání rozdílů mezi prací a rekreací.....	37
Literatura	38
6 Charakteristika doplňkových služeb	39
6.1 Hotely v rekreačních a lázeňských oblastech	39
6.2 Velkoměstské hotely.....	40
Literatura	42

7	Podpora prodeje.....	43
7.1	Podpora prodeje ubytovacích služeb.....	44
	Literatura.....	47
8	Podpora prodeje balíku služeb.....	48
8.1	Křížová podpora prodeje.....	51
	Literatura.....	52
9	Podpora prodeje pohostinských služeb, kongresů a konferencí.....	53
9.1	Podpora prodeje jídel a nápojů.....	55
9.2	Podpora kongresů.....	57
9.3	Podpora prodeje ostatních doplňkových služeb.....	60
9.4	Věrnostní programy pro klienty hotelu.....	61
9.5	Udržení celoživotních zákazníků.....	62
9.6	Programy členských výhod.....	66
	Literatura.....	67
10	Mezinárodní aspekty - národní mentalita.....	68
10.1	Historie.....	69
10.2	Příslušnost k státu a národu.....	69
	Literatura.....	71
11	Národní mentalita jednotlivých států (Evropa).....	72
11.1	Vybrané státy a regiony Evropy - Německo.....	72
11.2	Rakušané.....	73
11.3	Francouzi.....	74
11.4	Itálie.....	75
11.5	Velká Británie.....	76
11.6	Irové.....	77
	Literatura.....	78
12	Národní mentalita jednotlivých států II.....	79
12.1	Arabské země.....	79
12.2	Izraelci.....	80
12.3	Spojené státy.....	81
12.4	Japonsko.....	82
12.5	Indové.....	84
12.6	Rusové.....	85

Literatura	86
13 Národní mentalita jednotlivých států III	87
13.1 Dánové.....	87
13.2 Finové	87
13.3 Švédové	88
Literatura	90
14 Specifika verbální komunikace se zahraničním hostem	91
14.1 Verbální komunikace.....	91
14.2 Problémová témata v hovoru se zahraničním hostem	93
14.3 Zásady komunikace s hosty ze zahraničí.....	93
14.4 Alternativní formy komunikace.....	94
Literatura	95
15 Specifika neverbální komunikace se zahraničním hostem.....	96
15.1 Neverbální komunikace obličeje a hlavy.....	96
15.2 Neverbální komunikace pohyby rukou a paží	97
15.3 Neverbální komunikace vyjádřená pozicí těla a nohou.....	99
15.4 Proxemika.....	99
15.5 Haptika.....	100
15.6 Chápání času.....	101
15.7 Komunikace vnějším vzhledem a barvami.....	101
Literatura	101
16 Aplikace Web 2.0 a jejich využití v hotelnictví a cestovním ruchu.....	103
16.1 Aplikace Web 2.0	103
16.2 Trendy v oblasti internetových stránek zaměřených na hotelnictví a cestovní ruch	105
16.3 Hotelové recenzní stránky	106
16.4 Deset principů souvisejících s poskytovateli hotelových recenzí	109
Literatura	111
Seznam obrázků a tabulek.....	112