

OBSAH

1	Management	7
1.1	Vývoj a současné přístupy k managementu	8
1.2	Manažerské funkce	11
1.2.1	Plánování	11
1.2.2	Organizování	16
1.2.3	Personální řízení	20
1.2.4	Vedení	23
1.2.5	Kontrola	26
1.3	Osobnost manažera a podnikatele	28
1.4	Vnější prostředí managementu	31
1.4.1	Ekonomické prostředí	32
1.4.2	Technologické prostředí	33
1.4.3	Sociální prostředí	33
1.4.4	Politicko-legislativní prostředí	34
1.4.5	Etické prostředí	34
2	Marketing	35
2.1	Definice marketingu	35
2.2	Historický vývoj a význam marketingu	36
2.3	Základní úkoly marketingu	40
2.3.1	Marketingová strategie	41
2.3.2	Marketingový mix	42
2.4	Řízení marketingových činností	44
2.4.1	Cíle podniku a marketingu	47
2.4.2	Vnější a vnitřní činitele marketingu	49
2.5	Marketingový výzkum	54
2.5.1	Základní metody výzkumu	57
2.5.2	Výzkum spotřebitele	60
2.5.3	Cílové trhy a jejich segmentace	64
2.6	Nástroje marketingu	66
2.7	Product (výrobek) a jeho marketingové pojetí	67
2.7.1	Životní cyklus výrobku	67
2.7.2	Podnikatelské hodnocení výrobku	68
2.7.3	Inovace a nové výrobky	70
2.8	Place – distribuce	71
2.8.1	Organizace distribučních cest	72
2.8.2	Výběr distribučních cest	73
2.9	Price – cena v marketingovém mixu	74
2.9.1	Metody stanovení ceny	75
2.9.2	Strategie stanovení ceny	77

2.9.3	Cenové změny	79
2.10	Propagace – promotion	80
2.10.1	Reklama	80
2.10.2	Osobní prodej	81
2.10.3	Podpora prodeje (sales promotion)	81
2.10.4	Vztah k veřejnosti (public relations)	82
2.10.5	Sponzoring	83
2.10.6	Přímý marketing (direct marketing)	83
3	Podnikání ve stravování a v hotelnictví	84
3.1	Podmínky podnikání ve stravování a v hotelnictví	87
3.1.1	Všeobecné a zvláštní podmínky pro stravování a hotelnictví	88
3.1.2	Materiální a finanční podmínky pro podnikání	89
3.2	Síť podniků restauračního stravování a hotelnictví	91
3.2.1	Klasifikace sítě ubytovacích jednotek	92
4	Organizační struktura hotelového a restauračního podniku	94
5	Manažerská činnost	96
5.1	Produktivita práce	96
5.2	Strategie tvorby cen ve stravování a v hotelnictví	100
5.3	Ochrana životního prostředí	106
5.4	Kontrola	108
5.4.1	Pravidla pro provádění kontroly vnějšími orgány	108
5.4.2	Kontrolní orgány a jejich působnost	109
6	Food & beverage management	112
6.1	Nákupní a skladovací činnost	112
6.2	Optimalizace zásob a její metody	116
6.3	Odběr a příjem zboží	121
6.4	Skladování a evidence zboží	122
6.5	Výdej zboží ze skladu	125
6.6	Hospodaření se zásobami a kontrolní metody	125
6.7	Využívání zásob	128
7	Řízení stravovací činnosti	130
7.1	Výrobní činnost	130
7.1.1	Členění výrobního střediska (kuchyně)	131
7.1.2	Výrobní program	133
7.1.3	Plánování a sestavení nabídky	136
7.1.4	Organizace práce ve výrobním středisku (v kuchyni)	141
7.1.5	Progresivní technologie přípravy pokrmů	143

7.2	Řízení prodejní a odbytové činnosti	145
7.2.1	Formy prodeje a organizace práce při prodeji	146
7.2.2	Vyúčtování s hostem	147
7.2.3	Banketový obchod	148
7.2.4	Kapacita odbytových středisek a jejich využití	150
7.3	Cateringová činnost	152
8	Zvláštnosti provozu v závodních a školních jídelnách	152
8.1	Závodní stravování, význam, provoz, financování	152
8.2	Školní stravování	154
9	Organizace práce v ubytovacích zařízeních	156
9.1	Organizační struktura hotelu	156
9.2	Úsek front office (recepce)	158
9.2.1	Organizace práce v úseku front office	159
9.2.2	Provozní a finanční evidence	164
9.3	Úsek housekeeping	166
9.4	Ubytovací a reklamační řád	167
9.5	Hotelové služby a jejich nabídka	168
9.6	Bezpečnost hostů v hotelu a ochrana jejich majetku	170
9.7	Propočty kapacity a její využívání	171
10	Obchodní politika a obchodní plán (program)	173
10.1	Obchodní program	173
10.2	Finanční plán	175
11	Zvláštnosti marketingu v pohostinství a v cestovním ruchu	178
11.1	Rozšířený marketingový mix	180
11.2	Marketingový plán – příklad	182
12	Management hotelu	185
12.1	Vrcholový management hotelu – top management	186
12.2	Střední management – provozní management	187
12.3	Operační management – management nejnižší úrovně	189
13	Výrazy používané v hotelnictví	191
	Seznam použité literatury	194
	Přílohy	195