

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	Sítě podniků restauračního stravování a hotelnictví	91
3.2.1	Klasifikace sítě ubytovacích jednotek.....	92
4	Organizační struktura hotelového a restauračního podniku.....	95
5	Manažerská činnost	97
5.1	Produktivita práce	97
5.2	Strategie tvorby cen ve stravování a v hotelnictví	101
5.3	Ochrana životního prostředí	107
5.4	Kontrola.....	109
5.4.1	Pravidla pro provádění kontroly vnějšími orgány	109
5.4.2	Kontrolní orgány a jejich působnost	110
6	Food & beverage management.....	113
6.1	Nákupní a skladovací činnost	113
6.2	Optimalizace zásob a její metody	117
6.3	Odběr a příjem zboží	122
6.4	Skladování a evidence zboží	123
6.5	Výdej zboží ze skladu	126
6.6	Hospodaření se zásobami a kontrolní metody	126
6.7	Využívání zásob	129
7	Řízení stravovací činnosti	131
7.1	Výrobní činnost	131
7.1.1	Členění výrobního střediska (kuchyně)	132
7.1.2	Výrobní program	134
7.1.3	Plánování a sestavení nabídky	137
7.1.4	Organizace práce ve výrobním středisku (v kuchyni)	142
7.1.5	Progressivní technologie přípravy pokrmů	144

7.2	Řízení prodejní a odbytové činnosti	146
7.2.1	Formy prodeje a organizace práce při prodeji	147
7.2.2	Vyúčtování s hostem	148
7.2.3	Banketový obchod	149
7.2.4	Kapacita odbytových středisek a jejich využití	151
7.3	Cateringová činnost	153
8	Zvláštnosti provozu v závodních a školních jídelnách	153
8.1	Závodní stravování, význam, provoz, financování	153
8.2	Školní stravování	155
9	Organizace práce v ubytovacích zařízeních	157
9.1	Organizační struktura hotelu	157
9.2	Úsek front office (recepce)	159
9.2.1	Organizace práce v úseku front office	160
9.2.2	Provozní a finanční evidence	165
9.3	Úsek housekeeping	167
9.4	Ubytovací a reklamační řád	168
9.5	Hotelové služby a jejich nabídka	169
9.6	Bezpečnost hostů v hotelu a ochrana jejich majetku	171
9.7	Propočty kapacity a její využívání	172
10	Obchodní politika a obchodní plán (program)	174
10.1	Obchodní program	174
10.2	Finanční plán	176
11	Zvláštnosti marketingu v pohostinství a v cestovním ruchu	179
11.1	Rozšířený marketingový mix	181
11.2	Marketingový plán – příklad	183
12	Management hotelu	186
12.1	Vrcholový management hotelu – top management	187
12.2	Střední management – provozní management	188
12.3	Operační management – management nejnižší úrovně	190
13	Výrazy používané v hotelnictví	192
	Seznam použité literatury	195
	Přílohy	196