|  |  |
| --- | --- |
| ZAGADNIENIA SPECJALNOŚCIOWE –  ZARZĄDZANIE W HOTELARSTWIE I GASTRONOMII | |
| **L.P.** | **ZAGADNIENIA** |
| 1. | Rodzaje przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych. Klasyfikacja obiektów turystycznych i rekreacyjnych |
| 2. | Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw w branży hotelarsko- gastronomicznej |
| 3. | Otoczenie i jego wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw w branży hotelarsko- gastronomicznej |
| 4. | Zasoby materialne i niematerialne przedsiębiorstwa w branży hotelarsko- gastronomicznej oraz ich wpływ na jego funkcjonowanie |
| 5. | Wizja, misja, cele strategiczne i operacyjne przedsiębiorstwa w branży hotelarsko- gastronomicznej |
| 6. | Hotel jako przedsiębiorstwo – pojęcie hotelu, kategorie hoteli, uwarunkowania społeczno- ekonomiczne rozwoju branży hotelowej |
| 7. | Planowanie w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym - rodzaje planów i ich charakterystyka |
| 8. | Segmentacja klientów w sektorze usług hotelarsko- gastronomicznych. Pojęcie segmentacji, kategorie klientów, trendy |
| 9. | Współczesne formy komunikacji marketingowej i ich znaczenie w sektorze hotelarsko-gastronomicznym. Marketing mix 7P - pojęcie, charakterystyka. |
| 10. | Elementy (podprocesy) procesu zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie. Znaczenie kompetencji personelu w branży hotelarsko- gastronomicznej. |
| 11. | Rodzaje kosztów w prowadzeniu działalności operacyjnej w branży hotelarsko- gastronomicznej. Strategie minimalizacji kosztów. |
| 12. | Pojęcie i rola świadectwa materialnego w branży hotelarsko- gastronomicznej |
| 13. | System HACCP w gastronomii – pojęcie i znaczenie w sektorze usług gastronomicznych. |
| 14. | Koncepcja ekonomii współdzielenia (sharing economy) - szanse i zagrożenia dla przedsiębiorstw hotelarskich |
| 15. | Dystrybucja bezpośrednia i pośrednia w hotelarstwie i gastronomii. Pojęcie, identyfikacja wad i zalet |
| 16. | Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) i Employer Branding w sektorze usług hotelarsko- gastronomicznych. Pojęcia i ich znaczenie |
| 17. | Pojęcie turystyki i rekreacji – podobieństwa i różnice. Formy turystyki i rekreacji, trendy w organizacji czasu wolnego |
| 18. | Event jako usługa- pojęcie, przykłady, specyfika organizacji i promocji eventów w branży hotelarko- gastronomicznej |
| 19. | Obsługa klienta – pojęcie, zasady, znaczenie w branży hotelowo- gastronomicznej. Schemat zachowania i formy obsługi klienta na stanowisku recepcji hotelu. |
| 20. | Strategie negocjacji handlowych i ich charakterystyka. Znaczenie różnic kulturowych w negocjacjach. |