

Przedmiot:	Hotelarstwo				Kod:
Kierunek:	Turystyka i rekreacja				Rok/Semestr: 3/5-6
Specjalność:	wszystkie				Tryby: S/NS
Liczba godzin / semestr: 30/24					Punkty ECTS: 4
Wykłady: 30/16	Ćwiczenia: 0/8	Laboratoria:	Projekty:	Seminaria:	

1. Wykładowca/y:

kierownik przedmiotu:

imię i nazwisko

Ewa Mucha-Szajek

e-mail:

ewam@wshig.poznan.pl

prowadzący:

imię i nazwisko

Ewa Mucha-Szajek, Izabela Pruska

e-mail:

izabela.pruska@wshig.poznan.pl

- 2. Katedra: Hotelarstwa i Gastronomii**
e-mail: **wshig@wshig.poznan.pl**

- 3. Rodzaj przedmiotu: obowiązkowy**

- 4. Miejsce przedmiotu w programie studiów (rodzaj przedmiotu):**

przedmiot z grupy treści kierunkowych

- 5. Wymagania wstępne i dodatkowe: posiadanie wiedzy z zakresu wcześniej wykładanych przedmiotów społecznych, ekonomicznych, turystycznych**

- 6. Cel przedmiotu:**

1. *Przekazanie podstawowej wiedzy dotyczącej funkcjonowania usług hotelarskich*
2. *Zapoznanie z podziałem bazy noclegowej*
3. *Historię polskiego i światowego hotelarstwa.*
4. *Stworzenie podstaw do umiejętności posługiwania się wiedzą w zakresie marketingu usług noclegowych.*

- 7. Efekty kształcenia: posiada wiedzę o różnych rodzajach obiektów noclegowych w kraju i na świecie, zna zasady funkcjonowania hoteli oraz umie określić elementy, które wpływają na ich efektywność**

Wiedza:

1. *Definiowanie i rozumienie podstawowych pojęć funkcjonujących w hotelarstwie*
2. *Identyfikacja i rozumienie mierników i wskaźników oceniających wykorzystanie oraz płynność obiektów noclegowych*
3. *Zrozumienie pojęcia standardów jakości obowiązujących w hotelarstwie*

4. *Identyfikacja zadań personelu w zakresie funkcjonowania przedsiębiorstwa hotelarskiego*

Umiejętności:

1. *Interpretowanie wykorzystania działań marketingowych w funkcjonowaniu obiektów hotelarskich*
2. *Analizowanie trendów obowiązujących we współczesnym hotelarstwie*
3. *Stosowanie idei związanej z etyką hotelarza w pracy zawodowej*

Inne kompetencje (personalne i społeczne)

1. *Motywacja do pogłębiania wiedzy w zakresie zarządzania personelem i obsługi gości w obiektach hotelarskich*
2. *Postrzeganie ograniczeń prawnych i ekonomicznych w hotelarstwie*
3. *Wrażliwość na sferę gościnności w obiektach hotelarskich*

8. Metody dydaktyczne:

wykład

9. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu:

Egzamin pisemny
Projekty

10. Elementy składowe oceny końcowej:

Egzamin pisemny 50%, projekt 50%

11. Całkowity nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów w godzinach:

Czas na lektury – 15, czas na przygotowanie projektu 25, czas na przygotowanie się do egzaminu 35 Razem:75 godzin

12. Treści merytoryczne przedmiotu:

1. Zarys dziejów hotelarstwa,
2. Wady, zalety rozwoju turystyki i hotelarstwa,
3. Podział obiektów noclegowych,
4. Definicje, podstawowe zagadnienia związane z hotelarstwem,
5. Systemy hotelarskie, typy, rodzaje specyfika usług,
6. Istota menadżementu w hotelarstwie,
7. Organizacja pracy ,
8. Marketing w obiektach noclegowych,
9. Mierniki i wskaźniki oceniające wykorzystanie oraz płynność obiektów ,
10. Kapitał i finanse hoteli,
11. Odpowiedzialność hotelu wobec gościa,

12. Globalizacja w hotelarstwie
13. Rozwój hotelarstwa w Polsce,
14. Sławni hotelarze i sławne hotele świata
15. Struktury organizacyjno – prawne w hotelarstwie,
16. Standardy jakości w hotelarstwie,
17. Typy hotelarskie w Polsce i na świecie – stan i obszary współpracy

13. Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu:

Literatura obowiązkowa:

1. Greworecki W. W. *Turystyka*, PWE, W-wa 200
2. Harris P., *Planowanie zysku w hotelarstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, W-wa 1995
3. Holloway J.Ch., Robinson Ch., *Marketing w turystyce*, PWE, W-wa 1997
4. Kall J., *Reklama*, PWE, W-wa 2002
5. Karasiewicz G., *Marketingowe strategie cenowe*, PWE, W-wa 1997
6. Konwles T., *Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią*, PWE, W-wa 1997
7. Koman S., Kubicki M., *Poradnik ekonomiczny dla hotelarzy*, Polskie Hotele, W-wa 1996
8. Leland K., Bailey K., *Obsługa klienta*, Wydawnictwo RM, W-wa 1999
9. Medlik S., *Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, W-wa 1995
10. Mruk H., Turkowski M., *Budowanie strategii marketingowej na szczeblu regionu i przedsiębiorstw W: Uwarunkowania rozwoju zagranicznej turystyki przyjazdowej do Polski*, Toursalon'2000, Poznań 2000
11. Piasta J., Czech J., *Marketing w hotelarstwie*, AJJ Marketing Concept, W-wa 1996
12. Russel J.Th., Lane W.R., *Reklama*, Felberg SJA, W-wa 2000
13. Simon H., *Zarządzanie cenami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, W-wa 1996
14. Szejner T., *Kompleksowa jakość w zarządzaniu hotelem*, „Hotelarz”2001, nr 4
15. Tulibacki T., *Międzynarodowe systemy hotelowe*, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii i Turystyki, W-wa 2000
16. Tukowski M., *Hotelarstwo-rozbieżności technologiczne*, „Wiadomości Statystyczne” 1993, nr 10
17. Tukowski M., *Jakość usługi hotelarskiej-pojęcie subiektywne czy obiektywne? W: Aktualne problemy ekonomiczne i prawno- organizacyjne gospodarki turystycznej w Europie*, AE, Wrocław 1996
18. Tukowski M., *Strategia i taktyka przedsiębiorstw hotelarskich (ze szczególnym uwzględnieniem cen)*, Uniwersytet Łódzki, Łódź 1988 (maszynopis)
19. Tukowski M., *Usługi hotelarskie-niektóre aspekty ekonomiczne*, „Hotelarz” 1988, nr 6
20. Witulska J., *Zarys ekonomiki i organizacji hotelarstwa*, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 1992
21. Wołowik A.M., *Jakościowe badania marketingowe*, PWE, W-wa 1999

Literatura uzupełniająca:

1. Geffroy G. K. *Clenting-jedyne co przeszkadza to klient*, Agencja Wydawnicza Placet, W-wa 1996

2. Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe*, PWE, W-wa 2002
3. Kornak A.S., *Uzdrowiska polskie w systemie rynku i zarządzania marketingowego*, Kujawsko-Pomorskie Studium Edukacyjne, Bydgoszcz 1999
4. Kotler Ph., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner i Ska, W-wa 1994
5. Kotler Ph., Dubois B., *Marketing Management*, Publi-Union Editions, Paris 1989
6. Kramer T., *Podstawy marketingu*, PWE, W-wa 1994
7. Mazurkiewicz L., *Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym*, PWE, W-wa 2002
8. Middleton V.T.C., *Marketing w turystyce*, Polska Agencja Promocji Turystyki, W-wa 1996
9. Tukowski M., *Hotelarstwo-elementy marketingu*, PWE, W-wa 1993
10. Tukowski M., *Plan marketingowy- jak go nie sporządzać*, „Hotelarz”2000, nr 12 *uwzględnieniem cen*), Uniwersytet Łódzki, Łódź 1988 (maszynopis)
11. Wiśniewski A., *Marketing*, WsiP, W-wa 1995
12. Withers J., Vipperman C., *Na czym polega i jak robić marketing usług*, M&A Communications, Lublin 1994
13. Zboralski M., *Nazwy firm i produktów*, PWE, W-wa 2000
14. Śurawik B., Śurawik W., *Zarządzanie marketingiem w przedsiębiorstwie*, PWE, W-wa 1996

14. Język wykładowy:

polski

15. Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu