

PROGRAM  
DOSKONALENIA NAUCZYCIELI ZAWODU

OPRACOWANY W RAMACH PROJEKTU

HOTELARSTWO -  
- DOSKONALENIE NAUCZYCIELI ZAWODU

Programy Doskonalenia Nauczycieli Zawodu zostały opracowane przez zespoły ekspertów osobno dla woj. warmińsko-mazurskiego oraz woj. podlaskiego

**Skład Zespołu Programowego w woj. warmińsko-mazurskim (porządek alfabetyczny):**

Rafał Abramczyk

Małgorzata Bajda-Gołębiewska

Sylwester Nabiałczyk

Henryk Rybacki

Ewa Wierczuk

**Skład Zespołu Programowego w woj. podlaskim (porządek alfabetyczny):**

Małgorzata Bajda-Gołębiewska

Lucyna Brajer

Honorata Husiatyńska

Sebastian Kaminiecki

Joanna Kasiuk

Ekspert wspierający: Wiktor Chmur

**Wydawca:**

Centrum Promocji Innowacji i Rozwoju

ul. 1000-lecia PP 39A, 15-111 Białystok

Projekt, skład i druk: SEMA4, ul. Mickiewicza 22a, 16-100 Sokółka

Publikacja opracowana w ramach projektu pt. „Hotelarstwo – doskonalenie nauczycieli zawodu”, została sfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego oraz budżetu państwa w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Priorytet III Wysoka jakość systemu oświaty, Działanie 3.4. Otwartość systemu edukacji w kontekście uczenia się przez całe życie, Poddziałanie 3.4.3 Upowszechnienie uczenia się przez całe życie

***Człowiek – najlepsza inwestycja***

## SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	5
I. Założenia programowe - Województwo warmińsko- mazurskie	10
Plan szkolenia teoretycznego	10
Blok I - Aspekty psychologiczne w relacjach interpersonalnych pracownik – gość hotelowy	11
Blok II - Standardy usług hotelarskich i turystycznych	12
Blok III - Współczesne trendy w projektowaniu i organizacji obiektów hotelarskich	13
Blok IV - Zarządzanie hotelem	14
Blok V - Komunikacja werbalna z gościem hotelowym w języku angielskim	15
II. Program szkolenia praktycznego – staże w hotelach	17
Blok I: Recepcja Hotelu	17
Blok II – Administracja	17
Blok III - Serwis Sprzątający	18
Blok IV - Obsługa konferencji	18
Blok V – SPA	19
BLOK VI – Kuchnia	20
Blok VII – Restauracja	20
Blok VIII - Nowoczesne systemy	21
III. Omówienie zagadnień programowych - woj. warmińsko – mazurskie	22
Standardy usług hotelarskich i turystycznych	22
Współczesne trendy w projektowaniu i organizacji obiektów hotelarskich	25
Zarządzanie Hotelem	35
Wykorzystanie Internetu i programów komputerowych dla potrzeb informacji turystycznej	36
Obsługa programów komputerowych (PMS) stosowanych w recepcji	36
Współpraca hotelu z biurem turystycznym i tourooperatorem	38
Współpraca hotelu z innymi przedsiębiorstwami i instytucjami (pakiety-jedna decyzja/wiele usług)	39
Marketing w hotelarstwie i turystyce	40
Strategie w zarządzaniu hotelem (m. in. outsourcing)	41
Zarządzanie „przez liczby” – wskaźniki ekonomiczne hotelu (mierniki jakościowe, ilościowe, wartościowe)	43
IV. Staże w Polsce – województwo warmińsko – mazurskie	45
V. Założenia programowe - Województwo podlaskie	47

Program szkolenia teoretycznego w województwie podlaskim	47
Program szkolenia praktycznego - staże w hotelach	49
Założenia programowe - Zagraniczny staż szkoleniowo – studyjny	50
VI. Omówienie zagadnień programowych - województwo podlaskie	51
Organizacja hotelarstwa	51
VII. Staże w Polsce – województwo podlaskie	57
VIII. Wyjazd szkoleniowo – studyjny	58
Spostrzeżenia i refleksje uczestników projektu	61
Zakończenie	64
Literatura	65

## **WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW**

Załącznik nr 1. PROGRAM SZKOLENIA PRAKTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE WARMIŃSKO-MAZURSKIM	67
Załącznik nr 2. PROGRAM SZKOLEŃ TEORETYCZNYCH W WOJ. PODLASKIM	70
Załącznik nr 3. PROGRAM STAŻY W WOJEWÓDZTWIE PODLASKIM	73

## WPROWADZENIE

Nonne optimus et gravissimus quisque confitetur  
multa se ignorare et multa sibi etiam atque etiam esse discenda?

**Czyż każdy zacny i poważny człowiek nie wyzna,  
że wiele nie wie i że ciągle powinien się uczyć?**

**Cyceron**

Turystyka stanowi jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki, co stwarza perspektywy rozwoju innym sektorom rynku. Szacuje się, że za 10 lat, co siódmy zatrudniony w krajach Unii Europejskiej pracować będzie w przemyśle turystycznym. Branża turystyczna będzie jednym z głównych pracodawców oraz sektorem o najwyższych możliwościach tworzenia miejsc pracy. Rozwój przedsiębiorstw, ich konkurencyjność w dużej mierze oparta jest na wiedzy i umiejętnościach pracowników. W stworzeniu wartościowego pracownika znaczącą rolę odgrywa system kształcenia. W *Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku* kwalifikacje i umiejętności zawodowe stanowią kluczową determinantę dla osiągnięcia wysokiej jakości usług turystycznych oraz wdrażania wysokiej jakości produktów turystycznych. Podkreśla się doskonalenie umiejętności praktycznych, a także konieczność stałego inwestowania w rozwój kadr.

W ostatnim dziesięcioleciu w systemie edukacji w Polsce nastąpiły istotne przeobrażenia służące poprawie warunków kształcenia zawodowego. Zmierzają one do tego by szkoła zawodowa była nowoczesna, innowacyjna, skuteczna, otwarta na różnorodne inicjatywy i sposoby zdobywania przez uczniów wiedzy i umiejętności oraz podnoszenia poziomu ich wykształcenia. Wprowadzane są takie zmiany, by absolwent szkoły prowadzącej kształcenie zawodowe potrafił wyszukać swoje miejsce na rynku pracy zgodnie z uzyskanymi kwalifikacjami, adekwatnymi do potrzeb pracodawców. Miernik jakości przygotowania uczniów do wybranego zawodu, na bazie programów nauczania, stanowi zewnętrzny egzamin zawodowy potwierdzający

kwalifikacje absolwentów. Szanse na rynku pracy w znacznym stopniu zależą od efektów kształcenia, a więc również od programów nauczania. Treści kształcenia zawarte w podstawach programowych i programach nauczania dla zawodów są zbyt rzadko aktualizowane.

Jak wynika z raportu końcowego działań pn: „Badanie funkcjonowania systemu kształcenia zawodowego w Polsce” przeprowadzonych przez KOWEZiU w ramach programu MEN „Szkoła zawodowa szkołą pozytywnego wyboru” - „...programy nauczania bywają przez pracodawców krytykowane, jako zbyt teoretyczne, oderwane od nowoczesnych technologii i rozwiązań. Sami uczniowie zaś odnoszą się do nich bardzo pozytywnie. Program nauczania w zawodzie realizowany jest we współpracy z pracodawcami tylko przez co trzecią szkołę i CKP. Inicjatywa tego rodzaju współpracy wychodzi głównie ze strony szkół... Znacząca część przedstawicieli organów prowadzących szkoły kształcące w zawodzie mówi o problemach z pozyskaniem i utrzymaniem dobrze wyszkolonej kadry (zwłaszcza przedmiotów zawodowych) oraz przewadze nauczycieli w zaawansowanym wieku. Problem niedoboru właściwie wykwalifikowanej kadry jest postrzegany jako narastający i zagrażający właściwemu rozwojowi kształcenia. Sposobem na zahamowanie tego trendu jest stworzenie atrakcyjnego systemu motywacyjnego dla nowych, młodych i dobrze wykształconych nauczycieli. Działania te powinny przebiegać równoległe z podnoszeniem umiejętności pedagogicznych i psychologicznych nauczycieli (zwłaszcza przedmiotów zawodowych). Według deklaracji dyrektorów wszystkie szkoły i placówki udzielają pomocy w doskonaleniu zawodowym przynajmniej części kadry. Rzadziej spotykane są działania mające na celu podnoszenie kwalifikacji związanych z praktyczną nauką zawodu (co piąta szkoła i co trzecie CKP). Dodatkowo współpraca z pracodawcami, której efektem byłoby doskonalenie zawodowe, nie jest zjawiskiem powszechnym...”.

Naprzeciw takim potrzebom wyszła inicjatywa Centrum Promocji Podlasia zorganizowania praktycznego doksztalcenia nauczycieli zawodu z województwa Podlaskiego i Warmińsko-Mazurskiego, w formie pilotażowego projektu pn. „Hotelarstwo – doskonalenie nauczycieli zawodu”. Projekt, współfinansowany ze środków EFS-u PO KL, został skierowany do nauczycieli szkół kształcących w obszarach zawodowych zgodnych ze strategią rozwoju gospodarczego tych województw. Celem projektu było umożliwienie doskonalenia zawodowego nauczycielom przedmiotów

zawodowych w zakresie kompleksowej obsługi gościa hotelowego i turysty poprzez udział w szkoleniach i stażach w ramach programu pilotażowego realizowanego w firmach branży hotelarsko-turystycznej. Czas realizacji projektu został zaplanowany na okres od 1 stycznia 2011 do 31 maja 2012 roku. Wiedza i umiejętności uzyskane w trakcie zajęć projektowych mają się przyczynić do wypracowania programu doskonalenia zawodowego „zawodowców” oraz podniesienia poziomu nauczania uczniów. Wskazano w nim następujące działania:

1. 42 godziny zajęć teoretycznych
2. 80 godzin staży zawodowych realizowanych w hotelach przynajmniej 3 gwiazdkowych
3. 40 godzin zagranicznych staży szkoleniowo – studyjnych.

Opracowanie programu projektu powierzono zespołom (po jednym dla każdego województwa) składającym się z przedstawicieli różnych środowisk. Należeli do niego menedżerowie hotelarstwa, metodycy, nauczyciel akademicki, nauczyciel i dyrektor szkoły zawodowej oraz reprezentanci Centrum Promocji Podlasia. Umożliwiło to stworzenie skorelowanej konstrukcji programu adekwatnej do potrzeb i możliwości wszystkich środowisk biorących w nim udział, z uwzględnieniem specyfiki turystycznej obu województw.

Kolejna faza działań związana była z przeprowadzeniem konsultacji w wybranych 10 szkołach województwa warmińsko-mazurskiego. Nauczyciele zawodu wyrażali swoje opinie co trafności doboru treści programowych i zamierzeń praktycznych planowanego doskonalenia. Na bazie tej informacji zwrotnej dokonano korekt w strukturze programu.

Do projektu zrekrutowano 40 nauczycieli zawodu, o różnym stopniu awansu zawodowego, posiadających zatrudnienie i miejsce zamieszkania na terenie województwa warmińsko-mazurskiego oraz województwa podlaskiego z kilkunastu szkół ponadgimnazjalnych.

Główne kryteria doboru kadry wykładowców dotyczyły dorobku zawodowego, innowacyjnego spojrzenia na zagadnienie i predyspozycji pedagogicznych. Część z nich rekrutowała się z zespołu programowego.

Szkolenia teoretyczne grup odbywały się w hotelu „Warmiński” w Olsztynie oraz hotelu „Cristal” w Białymstoku.

Następna faza realizacji projektu miała charakter praktyczny. Nauczyciele odbywali staże zawodowe w hotelach. Dobór hoteli do realizacji staży był obwarowany wieloma wymaganiami. Miały to być przedsiębiorstwa nowocześnie zorganizowane, wyposażone w profesjonalny sprzęt i urządzenia, mające wysoki prestiż na rynku. W województwie warmińsko - mazurskim realizowane były w obiektach czterogwiazdkowych: „Villa Port Resort” w Ostródzie, „Anders” w Starych Jabłonkach i „Krasicki” w Lidzbarku Warmińskim. W województwie podlaskim odbyły się w hotelach trzygwiazdkowych: „Cristal” w Białymstoku oraz „Warszawa” w Augustowie.

Czwarta faza projektu to realizacja zagranicznego stażu szkoleniowo-studyjnego. *Większość szkół kształcących w zawodzie nie prowadzi współpracy międzynarodowej. Nieliczne zaangażowane w nią, uczestniczą najczęściej w międzynarodowych programach lub projektach edukacyjnych (ceniona jest tu wymiana doświadczeń w zakresie organizacji nauczania i zarządzania szkołą)\*.* A dla rzetelnego przygotowania uczniów do uczestnictwa w „hotelarskim” rynku pracy jest to element konieczny. Stąd pomysł, aby ująć w programie doskonalenia możliwość zapoznania nauczycieli z organizacją i zasadami funkcjonowania hoteli w destynacjach, gdzie pracę znajdują również ich absolwenci. Wszyscy uczestnicy projektu z województw warmińsko-mazurskiego i podlaskiego wyjechali na wyjazd szkoleniowo studyjny na Cypr. Staż trwał od 22 do 30 stycznia 2012 r. W trakcie realizacji programu pobytu uczestnicy poznali organizację pracy i wyposażenie techniczne wielu hoteli: Poseidonia Beach, Apolonia Beach, St. Raphael Resort, Venus Beach Hotel, St. George Hotel, Princess Beach Hotel, Golden Bay, Elias Beach i Arsinoe. W każdym z hoteli miały miejsce spotkania z managementem. Osoby te prezentowały swój hotel, udzielały wszelkich informacji, których oczekiwali stażyści. Ponieważ wszyscy uczestnicy byli zakwaterowani w niektórych z tych hoteli, była to okazja zweryfikowania autentyczności ich oferty. Wrażenia uczestników pozytywnie odzwierciedlają jakość usług oferowanych gościom hotelowym oraz organizację funkcjonowania tych hoteli.

Ostatnia faza realizacji projektu związana była z ewaluacją pilotażowego programu doskonalenia nauczycieli na bazie opinii, refleksji, wniosków i uwag wszystkich uczestników tego przedsięwzięcia. Końcowa innowacyjna wersja programu



zamieszczona w tej publikacji ma służyć optymalnemu ułożeniu relacji pomiędzy przedsiębiorstwami z branży hotelarsko – turystycznej, a placówkami oświatowymi kształcącymi kadry dla tych firm. Ma to być też atrakcyjne narzędzie służące uskutecznieniu celów związanych z wdrażaniem reformy szkolnictwa zawodowego. Należy również podkreślić, iż w wyniku pracy dwóch zespołów powstałe programy (realizowane oddzielnie dla każdego z województw) zawierają zbliżone treści, wzajemnie się uzupełniające.

\* raport końcowy *Badanie funkcjonowania systemu kształcenia zawodowego w Polsce* przeprowadzonego przez MEN we współpracy z KOWEziU zrealizowany w ramach projektu systemowego „Szkoła zawodowa szkołą pozytywnego wyboru” opublikowany w 2011 r.

# I. ZAŁOŻENIA PROGRAMOWE - WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO - - MAZURSKIE

Szkolenie teoretyczne obejmuje 42 godziny zajęć realizowanych w następujących blokach:

## *Plan szkolenia teoretycznego*

Lp.	Nazwa bloku	Ilość godzin
I	<b>Aspekty psychologiczne w relacjach interpersonalnych pracownik – gość hotelowy</b> 1. Powitanie („pierwsze wrażenie”) 2. Kultura osobista (takt, elokwencja) 3. Komunikacja niewerbalna 4. Udzielanie informacji gościom hotelowym 5. Inteligencja emocjonalna 6. Negocjacje 7. Etyka zawodowa	10
II	<b>Standardy usług hotelarskich i turystycznych</b> 1. Standardy jakości obsługi gości hotelowych w Polsce i w innych państwach 2. Standardy obsługi konsumentów w lokalach gastronomii hotelowej 3. Nowe trendy w obsłudze gości i konsumentów 4. Elementy charakterystyczne, w odniesieniu do potrzeb, gości z różnych części religijnych i kulturowych świata 5. Klasyfikacja i kategoryzacja bazy hotelarskiej w krajach UE	7
III	<b>Współczesne trendy w projektowaniu i organizacji obiektów hotelarskich</b> 1. Zintegrowane systemy bezpieczeństwa 2. Obieg informacji 3. Współczesne systemy i sieci hotelowe, grupy markowe 4. Funkcje użytkowe budynku hotelowego, stref i przestrzeni poza budynkiem 5. Aspekty ekologiczne	8  44
IV	<b>Zarządzanie hotelem</b> 1. Systemy informacji turystycznej 2. Wykorzystanie Internetu i programów komputerowych dla potrzeb informacji turystycznej 3. PMS (Property Management System) -baza danych 4. Obsługa programów komputerowych stosowanych w recepcji i restauracji (zajęcia w pracowni komputerowej np. na wersjach demo) 5. Współpraca hotelu z biurem turystycznym i touroperatorem 6. Współpraca hotelu z innymi przedsiębiorstwami i instytucjami (pakiety-jedna decyzja/wiele usług) 7. Marketing w hotelarstwie i turystyce	12

	8. Strategie w zarządzaniu hotelem (m. in. outsourcing) 9. Zarządzanie „przez liczby” – wskaźniki ekonomiczne hotelu (mierniki jakościowe, ilościowe, wartościowe) <ul style="list-style-type: none"> <li>• revenue management</li> <li>• Yield management</li> <li>• funkcje zarządzania finansowego</li> <li>• zasady podejmowania decyzji finansowych</li> </ul>	
V	<b>Komunikacja werbalna z gościem hotelowym w języku angielskim</b> 1. Podstawowe zwroty grzecznościowe 2. Nazewnictwo dotyczące typowych części zakładu hotelarskiego i organizacji pracy 3. Udzielanie informacji użytkowych w zakresie podstawowym: <ul style="list-style-type: none"> <li>a. w recepcji</li> <li>b. w części mieszkalnej hotelu</li> <li>c. w części gastronomicznej</li> <li>d. dotyczących otoczenia hotelu np. na temat wydarzeń kulturalnych, oferty krajoznawczej, transportu</li> </ul>	5
<b>R a z e m</b>		<b>42</b>

## ***Program szkolenia***

### **Blok I - Aspekty psychologiczne w relacjach interpersonalnych pracownik – gość hotelowy**

#### **Cele ogólne**

Zapoznanie słuchaczy z :

- ✓ procesem komunikacji werbalnej i niewerbalnej;
- ✓ opanowywaniem stresu;
- ✓ kontrolą i sterowaniem emocjami
- ✓ prowadzeniem negocjacji;
- ✓ stosowaniem norm etycznych.

#### **Materiał kształcenia:**

1. Powitanie („pierwsze wrażenie”)
2. Kultura osobista (takt, elokwencja)
3. Komunikacja niewerbalna
4. Udzielanie informacji gościom hotelowym
5. Inteligencja emocjonalna

6. Negocjacje
7. Etyka zawodowa

**Osiągnięcia:**

W wyniku procesu kształcenia słuchacz powinien umieć:

- określić potrzeby klienta,
- przewidzieć oczekiwania klienta,
- pokonać bariery w procesie komunikowania,
- porozumieć się skutecznie z klientem,
- przeprowadzić konstruktywną dyskusję,
- zastosować racjonalną i emocjonalną argumentację;
- rozwiązać konflikty międzyludzkie,
- poradzić sobie w trudnych sytuacjach zawodowych,
- zastosować ogólnie przyjęte normy etyczne,
- zastosować zasady etyki zawodowej.

Zaleca się przeprowadzenie w trakcie zajęć następujących ćwiczeń:

- Prezentowanie gościowi wybranej oferty hotelu.
- Przekonywanie gościa do określonej oferty.
- Redagowanie programu pobytu grupy gości w hotelu.

## **Blok II - Standardy usług hotelarskich i turystycznych**

### **Cele ogólne**

Zapoznanie słuchaczy z :

- ✓ kierunkami rozwoju współczesnego hotelarstwa,
- ✓ nowymi trendami obsługi gości,
- ✓ obsługą gości z różnych części świata,
- ✓ wskaźnikami ekonomicznymi hotelu,

### **Materiał kształcenia:**

1. Standardy jakości obsługi gości hotelowych w Polsce  
i w innych państwach

2. Standardy obsługi konsumentów w lokalach gastronomii hotelowej
3. Nowe trendy w obsłudze gości i konsumentów
4. Elementy charakterystyczne, w odniesieniu do potrzeb, gości z różnych części religijnych i kulturowych świata
5. Klasyfikacja i kategoryzacja bazy hotelarskiej w krajach UE
6. Wskaźniki ekonomiczne hotelu (mierniki jakościowe, ilościowe, wartościowe)

#### **Osiągnięcia:**

W wyniku procesu kształcenia słuchacz powinien umieć:

- wyjaśnić podstawowe pojęcia dotyczące jakości,
- określać kierunki rozwoju hotelarstwa w Polsce i na świecie,
- określić standardy jakości obsługi gości hotelowych,
- określić standardy obsługi konsumentów w lokalach gastronomii hotelowej,
- omówić nowe trendy w obsłudze gości i konsumentów,
- zinterpretować wymagania kategoryzacyjne obiektów hotelarskich zgodnie z Ustawą o Usługach Turystycznych,
- określić mierniki usług hotelarskich
- dokonać klasyfikacji bazy hotelarskiej w krajach Unia Europejska ;
- określać rodzaje i kategorie hoteli zgodnie z obowiązującymi przepisami,

### **Blok III - Współczesne trendy w projektowaniu i organizacji obiektów hotelarskich**

#### **Cele ogólne**

Zapoznanie słuchaczy :

- ✓ ze strukturami organizacyjno-funkcjonalnymi w hotelarstwie;
- ✓ z obiegiem informacji i dokumentacji;
- ✓ z istotą obiektu hotelowego.

#### **Materiał kształcenia:**

1. Zintegrowane systemy bezpieczeństwa
2. Obieg informacji
3. Współczesne systemy i sieci hotelowe, grupy markowe
4. Funkcje użytkowe budynku hotelowego, stref i przestrzeni poza budynkiem

### **Osiągnięcia:**

W wyniku procesu kształcenia słuchacz powinien umieć:

- wymienić czynniki, które mają wpływ na dobór typu struktury organizacyjnej i użytkowej hotelu;
- scharakteryzować obieg dokumentów (składowanie, przetwarzanie i archiwizacja dokumentów);
- wymienić sposób przekazywania informacji;
- omówić rolę Internetu i skrzynek e-mailowych w obiegu informacji;
- dokonać hierarchizacji przekazywanych informacji;
- określić kryteria klasyfikacji obiektów hotelarskich;
- omówić funkcje elementów obiektów hotelowych.

### **Blok IV - Zarządzanie hotelem**

#### **Cele ogólne**

Zapoznanie słuchaczy z :

- ✓ strategiami zarządzania hotelem;
- ✓ wykorzystywaniem programów komputerowych w zarządzaniu hotelem;
- ✓ rolą marketingu w hotelarstwie i turystyce

#### **Materiał kształcenia:**

1. Systemy informacji turystycznej
2. Wykorzystanie Internetu i programów komputerowych dla potrzeb informacji turystycznej
3. PMS (Property Management System) -baza danych
4. Obsługa programów komputerowych stosowanych w recepcji i restauracji (zajęcia w pracowni komputerowej np. na wersjach demo)
5. Współpraca hotelu z biurem turystycznym i tourooperatorem
6. Współpraca hotelu z innymi przedsiębiorstwami i instytucjami (pakiety-jedna decyzja/wiele usług)

7. Marketing w hotelarstwie i turystyce
8. Strategie w zarządzaniu hotelem (m. in. outsourcing)
9. Zarządzanie „przez liczby” – wskaźniki ekonomiczne hotelu (mierniki jakościowe, ilościowe, wartościowe): revenue management, Yield management

**Osiągnięcia:**

W wyniku procesu kształcenia słuchacz powinien umieć:

- wykorzystać Internet i programy komputerowe w informacji turystycznej;
- obsłużyć programy komputerowe w recepcji i restauracji;
- scharakteryzować marketing mix;
- omówić rolę reklamy i promocji;
- scharakteryzować strategie w zarządzaniu hotelem;
- zinterpretować wyniki finansowe hotelu;
- określić zasady podejmowania decyzji finansowych w hotelu;

**Blok V - Komunikacja werbalna z gościem hotelowym w języku angielskim**

**Cele ogólne**

Zapoznanie słuchaczy z :

- ✓ podstawowymi zwrotami grzecznościowymi;
- ✓ typowym nazewnictwem dotyczącym hotelu;
- ✓ udzielaniem niezbędnej informacji w hotelu.

**Materiał kształcenia:**

1. Podstawowe zwroty grzecznościowe
2. Nazewnictwo dotyczące typowych części zakładu hotelarskiego i organizacji pracy
3. Udzielanie informacji użytkowych w zakresie podstawowym:
  - a. w recepcji
  - b. w części mieszkalnej hotelu
  - c. w części gastronomicznej
  - d. dotyczących otoczenia hotelu np. na temat wydarzeń kulturalnych, oferty krajoznawczej, transportu

**Osiągnięcia:**

W wyniku procesu kształcenia słuchacz powinien umieć:

- zastosować formy grzecznościowe podczas komunikacji z klientem;
  - przeprowadzić rozmowę kurtuazyjną z gośćmi,
  - określić usługi hotelarskie,
  - nazwać działy i stanowiska w zakładzie hotelarskim,
  - zaoferować usługi zakładu hotelarskiego,
  - uwzględnić życzenia gości dotyczące usług hotelarskich,
  - zinterpretować teksty służbowe dotyczące usług hotelarskich,
- odszukać potrzebną informację w przewodniku lub katalogu o usługach hotelarskich.



## II. PROGRAM SZKOLENIA PRAKTYCZNEGO – STAŻE W HOTEŁACH

Szczegółowy program staży praktycznych został przedstawiony w załączniku nr 1.

### **Blok I: Recepcja Hotelu**

#### **Cele ogólne**

##### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- Zarządzaniem hotelem przez PMS
- prawidłowym obrotem dokumentów
- obsługą Gościa

##### **W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- Dokonać rezerwacji i wystawić potwierdzenie rezerwacji
- Odnaleźć rezerwację Gościa, zameldować i wymeldować Gościa
- wystawić dokumenty VAT, oraz inne dokumenty związane z rozliczeniem Gościa
- obsłużyć Gościa z obowiązującymi standardami w hotelu,
- obsługiwać skrzynkę mailową, faks, przeglądarkę internetową,
- komunikować się z innymi działami np. rezerwacja stolika w restauracji, rezerwacja zabiegów w SPA, itp.
- przedstawić ofertę hotelu: pakiety, ceny, promocje,
- obsłużyć gościa w języku obcym (angielskim).

### **Blok II - Administracja**

#### **Cele ogólne**

##### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- Administracyjnym zarządzaniem hotelem
- Interpretacją wskaźników hotelowych
- Nowoczesnymi narzędziami ułatwiającymi działalność administracyjną

##### **W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- Wyliczyć i zinterpretować wskaźniki hotelowe

- Dokonać zamówienia artykułów biurowych (on-line) zgodnie z zapotrzebowaniem
- Rozpoznać błędy przy zamknięciu doby hotelowej
- Odczytać i porównać miesięczne zestawienie przychodów i kosztów do budżetu (P&L)
- Zlokalizować przyczynę odchyień budżetowych
- Prawidłowo zaplanować i rozliczyć czas pracy pracowników

### **Blok III - Serwis Sprzątający**

#### **Cele ogólne**

##### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- sposobem sprzątania pokoi
- Pokojem hotelowym

##### **W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- przygotować środki chemiczne (rozcieńczyć w odpowiednich proporcjach)
- sprzątać pokój (zgodnie ze schematem i wzorcem)
- wyposażyć pokój w artykuły marketingowe i informacyjne (ulotki, igielnik, łyżka do butów, itp.)
- obsłużyć Gościa zgodnie z normami hotelu
- zastosować zasady przechowywania czystej i brudnej bielizny
- stosować zasady etyki zawodowej
- postępować w sytuacjach nietypowych (np.: zniszczony pokój, nietypowe zabrudzenia, trudny klient, zgony)
- czyścić pokój w systemie PMS przez telefon

### **Blok IV - Obsługa konferencji**

#### **Cele ogólne**

##### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- Aranżacją i wyposażeniem sali konferencyjnej
- obsługą konferencji

- Automatyką i aranżacją sal konferencyjnych

**W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- połączyć rzutnik multimedialny z komputerem
- przygotować nagłośnienie do konferencji (mikrofon, odpowiednie natężenie głośności)
- ustawić stoły w różnych konfiguracjach np.. kinowa, typu U, itp..
- przygotować przerwę kawową i catering
- połączyć komputer z siecią Wi-Fi

## **Blok V - SPA**

### **Cele ogólne**

#### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- ofertą zabiegową SPA
- techniką wykonywania zabiegów
- normami higieniczno-sanitarnymi

**W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- obsłużyć Gościa zgodnie z normami hotelowymi (przywitanie, zaproponowanie zabiegów, przygotowanie do zabiegów)
- stosować zasady etyki zawodowej
- wykonać masaż ciała (zabieg kosmetyczny na twarz)
- dokonać rezerwacji w PMS i wydrukować potwierdzenie
- rozliczyć usługę i wystawić dokument księgowy: faktura vat, faktura VAT zaliczkowa, paragon.
- wprowadzać dostawę na magazyn
- rozpoznać urządzenia do zabiegów,
- wprowadzić recepturę zabiegu do systemu PMS
- wypełnić dokumentację: karta klienta, przeciwwskazania, harmonogram zabiegów, receptę klienta,
- przedstawić ofertę SPA, promocję, pakiety.

## **BLOK VI - KUCHNIA**

### **Cele ogólne**

#### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- Działalnością zaplecza kuchennego
- Wyposażeniem kuchni

#### **W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- Zaplanować potrzeby magazynowe w zależności od planowanych imprez
- Wyliczyć food cost dania a także magazynu
- Przygotować danie z karty menu
- Przyjąć dostawę zgodnie z zasadami HACCP
- Zrobić inwentaryzację magazynu
- Obsługiwać urządzenia kuchenne
- Przyjąć zamówienie z restauracji

## **Blok VII - Restauracja**

### **Cele ogólne**

#### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- Obsługą Gościa w restauracji
- przestrzeganiem zasad HACCP

#### **W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- Obsłużyć Gościa
- Przedstawić ofertę restauracji - znajomość menu
- nakryć stół zgodnie z zasadami i normami
- zadbać o czystość w restauracji: czyszczenie stolików, okien restauracyjnych, zmywanie podłogi
- przyjąć rezerwację na stół
- zbonować i rozliczyć zamówienie
- przygotować i dostarczyć zamówienie room serwis
- przygotować bufet dla grupy

## **Blok VIII - Nowoczesne systemy**

### **Cele ogólne**

#### **Zapoznanie słuchaczy z:**

- urządzeniami i systemami bezpieczeństwa
- siecią teleinformatyczną

#### **W wyniku kształcenia słuchacz powinien umieć:**

- obsługiwać centralę pożarową (kasowanie sygnału, odłączanie i załączanie czujek, namierzanie źródła pożaru)
- sterować nagłośnieniem oraz oświetleniem w hotelu
- obsługiwać monitoring hotelu
- Logować się do sieci bezprzewodowej WIFI, konfiguracja urządzeń
- obsługiwać centralę telefoniczną (przekazywanie rozmów na recepcji)
- Obsługiwać zamki elektroniczne w pokojach
- Sterować klimatyzacją i ogrzewaniem

### III. OMÓWIENIE ZAGADNIEŃ PROGRAMOWYCH - - WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO - MAZURSKIE

#### ***Standardy usług hotelarskich i turystycznych***

Wskazany blok ma na celu przedstawienie uczestnikom obowiązujących i przyjętych rynkowo w hotelach należących do międzynarodowych sieci hotelarskich, nowych standardów nie tylko w obsłudze klienta (choć w nomenklaturze hotelowej przyjęto się mówić Gościa) ale przede wszystkim koncentruje się na najważniejszym czynniku stanowiącym o sukcesie Hotelu – pracownikach hotelu.

*„Klienci mogą odwiedzić nas raz, bo przeczytali o tym miejscu. Ale jeśli tu wracają, dzieje się tak za sprawą naszych pracowników”*

*Randy Gerber, właściciel wielu przepięknych nowojorskich restauracji*

#### **1. Standardy jakości obsługi gości hotelowych w Polsce i w innych państwach**

Co to jest **STANDARD** ?

Jest to wzór, norma wobec konkretnej cechy usługi hotelarskiej, przyjęta jako najwłaściwsza w danym momencie. Inaczej mówiąc jest to wzorzec postępowania personelu hotelowego w związku z wykonywaniem konkretnego zadania.

Co tworzy **STANDARD** ?

1. ROZPORZĄDZENIE MINISTRA GOSPODARKI I PRACY - z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie
2. Certyfikaty jakości (np. ISO 9001, HACCP)
3. Wewnętrzne normy wyposażenia i standardu obsługi.

Wymienione powyżej regulacje są podstawą formalną do określenia standardu każdego obiektu hotelowego działającego obecnie na rynku krajowym. Rozporządzenie MGIP stanowi prawne uwarunkowanie działania hotelu i jest obligatoryjnym dokumentem wymaganym do spełnienia w każdym hotelu, natomiast certyfikaty i wewnętrzne normy mają na celu podniesienie prestiżu danego hotelu

a także powoduje uruchomienie naturalnych procesów samodoskonalenia się obsługi hotelowej.

Standardy hotelowe dotyczą najczęściej:

- Wyposażenia hotelu i zasad dbałości o jego stan techniczny
  - Od ogólnych, np. kolorystyka, aranżacja, rozmieszczenie części hotelu, funkcjonalność
  - Do bardzo szczegółowych, np.: sposób ułożenia pościeli, kartki i ołówka na stoliku,
- Wymagań w stosunku do pracowników
  - W zakresie wyglądu zewnętrznego, np. prezencja, długość włosów
  - W zakresie predyspozycji psychicznych, np. kultura osobista, elokwencja, inteligencja w rozwiązywaniu sytuacji konfliktowych
- Procedur obsługi Gości - Np. „dzień dobry **Pani/Panu**”

## **2. Standardy obsługi konsumentów w lokalach gastronomii hotelowej**

W tej części bloku wskazane zostały obowiązujące normy i zachowania obsługi w części gastronomicznej hotelu.

### a. Standard wyglądu restauracji i kelnerów

- Pierwsze wrażenie i inne efekty psychologiczne – efekt halo, świeżości i efekt pierwszeństwa
- Jak Kelner wpływa na samopoczucie Gościa - mowa ciała, ubiór, naturalne zachowania
- Czy ta restauracja jest „miła”? – jak wyposażyć, jak oświetlić i jak zbudować restaurację aby Goście czuli się w niej swobodnie.

### b. Standard obsługi i przyjęcie zamówienia

Motto tej części bloku:

***Gość to nie nasz Pan, to nasz chwilowy Przyjaciół!***

- Przywitaj Gościa
- Sprawdź czy ma rezerwację / wskaż stolik
- Przyjmij zamówienie na napoje, po chwili na posiłki
- Działaj na zmysły, unikaj kolokwializmów
- Podaj posiłek – pamiętaj JEDNA RĘKA, JEDEN TALERZ

- Podaj rachunek
  - Przed pożegnaniem zaproś Gości ponownie
- c. Gdy Gość spożywa posiłek...
- Reaguj na potrzeby Gościa, postaraj się być „niewidocznym” ale czuwającym
  - Na trudne sytuacje reaguj NA SPOKOJNIE

### 3. Nowe trendy w obsłudze Gości i konsumentów

Część ta jest kontynuacją wskazówek dotyczących obsługi hotelu, lecz w tym przypadku w ujęciu ogólnym, dotyczącym całego hotelu.

Niezbędne nowoczesnej dobrej obsługi:

- Elastyczność. *Nie jesteś tylko recepcjonistą... Jesteś także doradcą dla Gościa*
- Poświęcenie czasu – *nie zbywaj gościa, bo masz dużo pracy*
- Dyskrecja – *zawsze gwarantowana*
- Wygląd - *Uśmiech szczery, nie wymuszony, wygląd luźny, nie spięty.*
- Uczciwość – *zawsze gwarantowana*
- Gość oczekuje sprawnej, kompletnej ale i skondensowanej informacji – *i to musimy mu przekazać*
- Recepcja, Concierge – centrum uwagi, serce hotelu. *Tu są załatwiane wszystkie prośby i problemy gości.*

Pamiętaj:

- Pokaż Gościowi, że go zauważyłeś
- Powitaj Gościa
- Używaj imienia Gościa
- rozstrzygaj spory na korzyść Gościa
- Bądź tolerancyjny wobec Gościa (ściśle powiązane z następnym punktem bloku)
- Okazuj szacunek dla Gościa
- Podziękuj



#### **4. Elementy charakterystyczne, w odniesieniu do potrzeb, gości z różnych części religijnych i kulturowych świata**

Obsługa gościa hotelowego z zagranicy, zwłaszcza wymagającego gościa, to prawdziwe wyzwanie, które z jednej strony może **pogrążyć** hotel w jego oczach, a z drugiej pozostawić niezapomniane, **pozytywne wrażenie**.

#### **5. Klasyfikacja i kategoryzacja bazy hotelarskiej w krajach UE**

W tej części opracowania wskazano na różnorodne metody ustalania i prawnej regulacji standardów i kategoryzacji obiektów hotelowych w krajach Unii Europejskiej.

Kategoryzacja w krajach europejskich

- Obowiązkowa:

Polska, Węgry, Belgia, Bułgaria, Cypr, Holandia, Luksemburg, Dania, Grecja, Włochy, Hiszpania, Estonia, Litwa, Malta, Portugalia, Słowacja, Słowenia,

- Dobrowolna:

Austria, Czechy, Niemcy, Francja, Wielka Brytania, Islandia, Łotwa, Norwegia,

- W ogóle nie prowadzona

Finlandia

Przeszkody we wprowadzeniu ujednoczonej kategoryzacji dla krajów EU:

- Brak spójnej polityki kategoryzacyjnej
- Zbyt duże rozbieżności kategoryzacyjne między krajami
- Bardzo kosztowne ujednoczenie
- Różnice kulturowe, narodowe i inne

### ***Współczesne trendy w projektowaniu i organizacji obiektów hotelarskich***

Mamy wiek XXI, hotele są zjawiskiem powszechnym i stale się rozwijają. Największy wpływ ma na to turystyka. Jej dynamiczny rozwój powoduje, że ludzie coraz częściej zaczynają podróżować. Wzrastają wymagania jakościowe i ilościowe, powstaje coraz więcej hoteli o zróżnicowanym standardzie i w najróżniejszych formach.

**Nowe technologie** są obecnie motorem wzrostu całej gospodarki, ponieważ tworzą wartość i miejsca pracy, stymulują inwestycje oraz zwiększają wydajność i zyski.

Także i w hotelarstwie radykalnie zmieniają relacje z klientami i metody zarządzania, ponieważ informatyka i telekomunikacja stają się niezbędne w każdej działalności.

W opracowaniu pozwoliłem sobie poruszyć według mnie najważniejsze kwestie związane z rozwojem hotelarstwa w Polsce i na świecie:

1. PMS – Property Management Systems.
2. BMS – Building Management Systems.
3. Aspekty ekologiczne w hotelarstwie.
4. Obieg informacji i dokumentacji.
5. Rola Internetu oraz skrzynki email w obiegu informacji.

**1) PMS –Property Management Systems – system zarządzania obiektem.  
Najważniejsza aplikacja IT w hotelu służąca do obsługi recepcji, restauracji, SPA,  
konferencji, księgowości.**

a) Dla kogo PMS? PMS może być wykorzystany przez hotel o kilkudziesięciu pokojach oraz przez międzynarodowe sieci hotelowe posiadające kilkaset hoteli.

b) Dlaczego warto posiadać PMS:

- Obniżenie kosztów ,
- Łatwa konfiguracja PMS,
- Dostęp do najświeższych danych 24h,
- Generowanie analiz i statystyk,
- Stały nadzór nad poprawnym działaniem hotelu
- Globalizacja – centrala firmy,
- Centralna rezerwacja dla dużej sieci hotelowej,
- Połączenie PMS z portalami internetowymi tzn. rezerwacje dokonane przez pośredników internetowych dokonują się automatycznie w systemie, zmiany cen w PMS powodują zmianę cen na portalach. Wyprowadzenie wszystkich pokoi powoduje zamknięcie sprzedaży
- PMS w języku angielskim umożliwia instalację w każdym państwie,
- Możliwość skonfigurowania PMS pod potrzeby budynku, klienta,
- Szybkie dokonanie rezerwacji z nieograniczoną ilością danych o gościu,

- Support on-line 24 godziny na dobę.
  - Tworzenie międzynarodowej bazy klientów:
    - Programy lojalnościowe dla stałych klientów
    - indywidualne potrzeby klientów (profil gościa widoczny w PMS w całej sieci hotelowej) np. pokój dla palących, od cichej strony budynku, wstawka do pokoju, VIP itp.
    - Dowolna konfiguracja PMS np. raportów, układu pokoi, generowanie korespondencji (potwierdzenia rezerwacji w kilku językach, koperty, wezwania do zapłaty), generowanie dokumentów księgowych (fv proforma, fv, korekta w różnych językach)
- c) PMS wersja standardowa – PMS wersja najbogatsza: mamy możliwość działania na podstawowej wersji lub wykupienie dodatkowych aplikacji rozszerzające nasze możliwości np. obsługa sal konferencyjnych, obsługa śniadań, budzenie gości, nabijanie rozmów telefonicznych, zgłaszanie usterek w pokojach, płatności kartą kredytową przez PMS, rezerwacja stolika przez PMS, moduł finansowy, kluczy elektronicznych, programów lojalnościowych itp.

Z punktu widzenia hotelu PMS powinien mieć następujące cechy:

- Niezawodność i całodobowy serwis,
- Intuicyjność i prostotę umożliwiającą korzystanie z systemu pracownikom na różnych stanowiskach,
- Gwarancję bezpieczeństwa danych,
- Funkcjonalność,
- Stabilność.

## **2) Zintegrowane systemy bezpieczeństwa - BMS (Building Management Systems). Systemy i urządzenia poprawiające komfort oraz bezpieczeństwo użytkownika hotelu zarządzające automatyką budynku.**

Możemy wyróżnić następujące systemy:

- a) Infrastruktura teletechniczna
- Okablowanie siecią internetową WI-FI
  - Sieć telefoniczna (centralne telefoniczne)
  - Infrastruktura techniczna (serwery, zdalny pulpit)

- Telewizja hotelowa (stacja czołowa, tryb hotelowy TV, VOD-video on demand-video na żądanie), pay TV.
- b) Systemy i urządzenia automatyki budynkowej
- Urządzenia kontroli dostępu – zamki hotelowe, programatory, czytniki (programy do informowania czy gość jest w pokoju, zdalna kontrola nad zamkiem przez WI-Fi, programowanie zamków, historia zamka)
  - Monitoring (bezpieczeństwo gości, nadzór bez potrzeby fizycznej obecności, eliminacja nadużyć i nieprawidłowości)
- e) Systemy przeciwpożarowe
- Sygnalizacja alarmowa SAP (System alarmu przeciwpożarowego) i DSO (dźwiękowy system ostrzegania powyżej 200 miejsc noclegowych)
  - Tryskaczówki i hydranty (baseny)
  - Oświetlenie ewakuacyjne
  - Instalacja elektryczna
  - Instalacja odgromowa
  - Instalacja kominowa (klapy przeciwpożarowe)
- f) Instalacje podnoszące standard i komfort wyposażenia hotelowego
- Sterowanie klimatyzacją (Split, centralna klimatyzacja, sterowanie przez internet)-optymalizacja działania, komfort (ciche urządzenia)
  - Sterowanie oświetleniem (natężenie, barwa, sekcje, programowanie systemów do pory dnia)
  - Sterowanie ogrzewaniem (klasyczny grzejnik)
  - Urządzenia kontroli dostępu i identyfikacji (bramki, czytniki)
  - Parking (szlabany, bramki, rozliczenia)
  - Sterowanie nagłośnieniem hotelu (podział nagłośnienia na Stefy, dźwięk może być nadawany z różnych źródeł)
  - Sygnalizacja włamania i wezwania pomocy (dla recepcji, gości, w pokojach z przystosowaniem dla osób niepełnosprawnych)
  - Bezprzewodowe systemy powiadomień w hotelu (pagery, cb radia)
  - Windy (dla gości i personelu)

### **3) Aspekty ekologiczne w hotelu.**

Inwestorzy i klienci zwracają coraz większą uwagę na postępowania ekologiczne, ponieważ z jednej strony jest wskaźnik rozwoju istoty cywilnej, z drugiej przejaw "zdrowej mody". Budowa hotelu ekologicznego jest wyzwaniem. Oprócz ochrony środowiska i przyszłych losów naszych potomnych ekologiczne certyfikaty dla danego obiektu ustanawiają autentyczną formę reklamy i promocji.

#### 1. Rozwiązania proekologiczne:

- Zakup artykułów tanich w eksploatacji np. ręcznik, szlafrok,
- Wydzielić obszary o nieuzasadnionym zużyciu energii,
- Zainstalować zasłony zatrzymujące ciepło,
- Prowadzić regularne przeglądy urządzeń wykorzystywanych w hotelu,
- Informacje w pokoju np. tabliczki co zrobić z ręcznikiem jeśli gość chce żeby został uprany,
- Oszczędność wody: Instalowanie pryszniczyc zamiast wanien, słuźczka kompaktowa zużywa 8-10 litrów, słuźczka zbiornikowa 9-20 litrów,
- Segregacja odpadów, (suma odpadów na jednego gościa na tydzień to 10.5 kg)
- Dobra izolacja cieplna budynku,
- Oszczędna gospodarka energią elektryczną (światło w pokoju na kartę, halogeny ledowe, żarówki energooszczędne) Panele słoneczne, czujki ruchu na korytarzach, urządzenia elektryczne o najwyższej klasie energetycznej,
- Stosowanie środków chemicznych które ulegają biodegradacji,
- Własne oczyszczalnie ścieków,
- Wprowadzenie ograniczników zużycia wody (krany na fotokomórkę),
- Pompy ciepła,
- Własne elektrownie,
- Wykorzystanie wód geotermalnych w ogrzewaniu hotelu (woda w basenie, CO, suszarnie)
- Gastronomia-własne uprawy, sezonowość menu,
- Zbiorcze opakowania np. na szampon, mydło,

- Wypożyczalnie sprzętu sportowego które mają na celu zachęcenie do odstawienia samochodu na parking hotelowy i aktywnego spędzania czasu wolnego np. na rowerze, nordicwalking.
- Projekt architektoniczny, wykorzystanie zieleni itp.

2. Powyższe cele powinny być realizowane przez:

- Szkolenie i odpowiednie motywowanie,
- Prowadzenie stałego monitoringu ,
- Projektowanie i wdrażanie produktów, usług minimalnie uciążliwych dla środowiska,
- Wdrożenie systemów edukacji klientów,
- Wspieranie lub prowadzenie badań wpływu na środowisko,
- Informowanie o efektach proekologicznych działań hotelu,
- Przestrzeganie wszelkich norm ochrony środowiska,

3. W celu ograniczenia odpadów oraz ograniczenia zużycia papieru należy:

- Dokonywać zakupu produktów w dużych lub zwrotnych opakowaniach
- Eliminować naczynia jednorazowe
- Eliminować jednorazowe opakowania małych porcji artykułów żywnościowych (masło, dżemy, cukier)
- Ograniczenie liczby broszur (drukowanie na papierze z odzysku)korzystanie z poczty elektronicznej

#### **4) Obieg informacji i dokumentacji**

Informacja coraz częściej traktowana jest we współczesnej gospodarce oraz nowocześnie zarządzanych firmach obok trzech klasycznych : ziemi, kapitału, zasobów ludzkich jako czwarty czynnik produkcji.

Hotelarstwo jest zawodem o charakterze usługowym , dominującym typem relacji jest człowiek – człowiek, człowiek –dokument.

1. Najważniejsze sposoby przekazywanie informacji:

- PMS
- Droga mailowa,
- Telefoniczna,

2. Charakterystyka obiegu dokumentów

- Przetwarzanie dokumentacji
  - Składowanie dokumentacji
  - Archiwizowanie dokumentacji
3. Hierarchia przekazywanych informacji

Głównym zadaniem nowoczesnego systemu obiegu informacji jest zmniejszenie niepewności w procesie podejmowania decyzji, osiągnięcie wyższej efektywności przedsiębiorstwa poprzez wykorzystanie posiadanych zasobów informacji.

### **5) Rola Internetu oraz skrzynki email w obiegu informacji**

Przez pojęcie technologii informatycznych IT (Information Technology) rozumiemy technologie pozwalające na automatyzację procesów biznesowych w przedsiębiorstwie i swobodny przepływ informacji zarówno na poziomie firmy jak i kontaktach ze światem zewnętrznym.

Na początku XXI wieku w sektorze hotelarskim nowoczesne technologie informacyjne stosowane są w trzech sektorach:

- Polityce komunikacji (promocja przedsiębiorstwa)
- Sprzedaż i zakup usług hotelowych za pomocą Internetu (CRS oraz GDS)
- Zarządzane hotelem

Najwięcej przedsiębiorstw hotelarskich posiada własne witryny internetowe w Finlandii, Dani, Słowenii i Szwecji ponad 96%, najmniej na Litwie i Portugalii 60%. W Polsce wynosi 73% (cała gospodarka to 45%)

1. Budowanie stron internetowych:
  - Aktualne dane
  - Przejrzystość i estetyczność
  - Nowości techniczne (panorama hotelu, interaktywna wycieczka po hotelu)
2. Sprzedaż usług hotelowych przez internet
  - CRM (Computerized Reservation Systems) (Customer Relationship Management- Zarządzanie kontaktami z klientem) na początku sprzedawały bilety lotnicze, teraz można zarezerwować samochód, rejs, kupić ubezpieczenie,
  - Najwięksi pośrednicy na polskim rynku (PTQV, Netmedia, StayPoland)
  - Najwięksi pośrednicy na rynku europejskim (Booking.com, HRS)

- GDS (Global Distribution Systems) zwiększa efektywność pracy, zmniejsza koszty, zapobiega powstawaniu błędów,
  - sposoby integracji ofert specjalnych z system rezerwacji on-line
  - możliwości sprzedaży usług dodatkowych (wycieczki, oferta SPA, inne specjalistyczne usługi podwyższające wartość rezerwacji),
  - dodatkowe moduły związane z systemami rezerwacji on-line (systemy dla klientów biznesowych, systemy lojalnościowe),
  - formy płatności, sposoby rozliczenia z klientem,
  - bezpieczeństwo,
  - integracja z systemami PMS,
  - administrowanie systemem, możliwości generowania statystyk rezerwacji hotelowych.
3. Obecny rozwój informatyzacji w hotelarstwie pozwala zarządzanie kadrami oraz finansami przez odpowiednie interface-y. Umożliwiają one dostęp on-line do rachunku bankowego, systemów księgowych, systemów rozliczających pensje itp.

#### **6) Współczesne systemy i sieci hotelowe, grupy markowe**

Głównym założeniem jest wyspecjalizowanie się obiektu w wychodzeniu naprzeciw potrzebom jednej bądź kilku charakterystycznych grup osób o podobnych wymaganiach korzystających z usług hotelarskich oraz wyróżnienie się na rynku spośród innych obiektów specyficznym zakresem świadczonych usług oraz oryginalnością. Zrzeszanie się organizacji niesie ze sobą wiele korzyści marketingowych:

- wspólne tworzenie i sprzedaż oferty członków,
- jasno, wyraźnie zdefiniowana grupa odbiorców,
- ukierunkowana na segment docelowy działalność reklamowa (udział w targach, umowy z touroperatorami, współpraca z mediami),
- budowa pozytywnego wizerunku i wzrost prestiżu obiektu,
- stworzenie wspólnego serwisu rezerwacji on-line (Internet),
- możliwość wzajemnego polecenia się klientom wraz z systemem zachęt do wyboru hotelu grupy (rabaty, karty lojalnościowe, zbieranie punktów itp.).



- stały kontakt między członkami – możliwość wymiany doświadczeń, wzajemna pomoc, doradztwo, system szkoleń dla personelu.

Definicje:

*System hotelowy:*

- „zespół obiektów hotelowych, kierowanych przez centralny zarząd, utrzymujący jednolity standard i zakres usług, prowadzący określoną politykę ekonomiczną oraz posiadający własny system rezerwacji miejsc noclegowych, obejmujący wszystkie jednostki organizacyjne”. (J. Grabowski)
- „zestaw obiektów hotelowych zarządzanych lub nadzorowanych przez centralę, która wypracowała
- indywidualne cechy charakterystyczne w odniesieniu do funkcji, standardu, zakresu świadczonych usług, organizacji i innych cech zewnętrznych”. (Z. Błądek)
- (grupa hotelowa) to zespół obiektów hotelowych (typów hoteli) i/lub łańcuchów hotelowych kierujących się w swym działaniu nadrzędną ideą, kierowanych lub nadzorowanych przez centralny zarząd, prowadzący wspólną politykę ekonomiczną i marketing. (B. Włodarczyk)

*Łańcuch hotelowy:*

- zespół obiektów – zakładów hotelarskich kierowanych przez wspólny zarząd, prowadzący wspólną (własną) politykę ekonomiczną i zakwaterowania oraz utrzymujący wyrównany standard i zakres usług w podległych hotelach. Hotele te posługują się tym samym znakiem firmowym lub towarowym (logo) i mają określone podobne cechy użytkowe”. (M. Grabiszewski)
- zespół hoteli prowadzący jednolitą politykę ekonomiczną i marketing, utrzymujący jednolity standard i zakres usług, posiadający własny system rezerwacji miejsc noclegowych lub funkcjonujący w przynajmniej jednym z ogólnie dostępnych systemów rezerwacji (w tym rezerwacja poprzez Internet) oraz wspólną nazwę (lub jej część). Hotele powinny posługiwać się tym samym znakiem firmowym lub towarowym (logo) i posiadać podobne cechy użytkowe (lokalizacja, architektura, kategoria itp.) oraz funkcjonować wykorzystując określone formy własności, zarządzania lub koncesji. (B. Włodarczyk)

*Sieć hotelowa* - „zespół hoteli o takim samym standardzie i wspólnej nazwie, które albo tworzą odrębną – działającą samodzielnie – strukturę, albo wraz z innymi sieciami wchodzi w skład łańcucha” (A. Kowalczyk).

*Hotelarska grupa markowa* - grupa hoteli dobrowolnie stowarzyszonych, prowadzonych wspólną polityką marketingową w celu wypracowania dodatkowych zysków, obrony przed konkurencją, wymiany doświadczeń, wspólnej promocji i identyfikacji

*Koncepcja apart – hoteli – hoteli przedłużonego pobytu:*

Koncepcja hoteli przedłużonego pobytu powstała w latach 80. poprzedniego wieku w Stanach Zjednoczonych. Początkowo rynek obejmował wąski segment krótkookresowego wynajmu apartamentów dla klientów korporacyjnych. Najwięcej projektów hoteli zaczęło powstawać pod koniec lat 90. Na obszarach charakteryzujących się wysoką gęstością zaludnienia, rozwiniętym przemysłem technologicznym i szybko rosnącą stopą imigracji. Ze względu na rodzaj prowadzonej działalności obiekty można podzielić na kategorie:

- HOTEL WYŁĄCZNIE Z APARTAMENTAMI (ALL SUITE HOTELS) oferują pełen zakres usług świadczonych przez hotel najwyższej klasy.
- HOTELE APARTAMENTOWE oferują mniejszy zakres usług (zwykle usługi recepcji oraz pralnicze), przeznaczony jest na dłuższy pobyt, a swoją ofertą zbliżony jest bardziej do apartamentów typu rezydencjonalnego
- APARTAMENTY MIESZKALNE PRZEDŁUŻONEGO POBYTU oferowane są wyłącznie w ramach tradycyjnego hotelu świadczącego pełen zakres usług

Apartamenty w hotelach przedłużonego pobytu składają się z oddzielnego pomieszczenia dziennego i sypialnego, kuchni (aneksu) i łazienki, oferują zwykle ograniczony zakres usług i niewielki obszar powierzchni wspólnych. Łączy w sobie funkcje tradycyjnego pokoju hotelowego z funkcją apartamentu na wynajem, który został dostosowany do potrzeb gości zatrzymujących się na dłużej. W przypadku condohoteli osoby indywidualne kupują apartament (pokój hotelowy), a następnie wynajmują go firmie zarządzającej hotelem (bądź przekazują w zarządzanie). Apartament jest własnością nabywcy, który podpisując umowę najmu ogranicza sobie prawo do korzystania z nieruchomości w okresie trwania umowy, pozostaje jednak jego właścicielem, a z wynajmu czerpie określone korzyści. W Polsce nabywca

apartamentu może również zrezygnować z wynajmu apartamentu, i może korzystać z niego w każdym momencie. Umowa najmu reguluje ile dni w roku właściciel (wynajmujący) może korzystać z apartamentu. Celem jest maksymalizacja zysku z wynajmu, czyli wykorzystanie wysokiego popytu ze strony turystów na usługi condohotelu w szczycie sezonu. Właściciele apartamentów korzystając z apartamentów we własnym zakresie ponoszą tylko koszty eksploatacyjne, bądź płacą część ceny obowiązującej dla gości hoteli.

### ***Zarządzanie Hotelem***

Blok ten jest w całości poświęcony zagadnieniu zarządzania bardzo złożoną jednostką jaką jest hotel. Wskazane zostały podstawy działalności turystycznej obiektu hotelowego a także metody zarządzania operacyjnego , finansowo – księgowego i współpracy z zewnętrznymi podmiotami. Dział ten w znacznej mierze opiera się na doświadczeniu i obserwacji obecnie działających nowoczesnych hoteli, jednak nie pomija bardzo ważnych kwestii ściśle określonych w metodyce finansowo – księgowej wykorzystywanej w koordynacji i kontroli procesów operacyjnych. Nieodzownym elementem sukcesu hotelu jest sprawnie przygotowany i przemyślane działania marketingowe. W dziale tym omówione zostały podstawy tworzenia i przygotowania marketingu hotelowego.

#### Systemy informacji turystycznej

**System informacji turystycznej** - to działania polegające na zapewnieniu Gościom i organizatorom usług turystycznych łatwego i pełnego dostępu do informacji turystycznej, czyli uporządkowanego zbioru danych w dowolnym miejscu lub czasie.

Szkielet systemu tworzą:

Centra (regionalne i lokalne) i punkty (stałe, sezonowe i okazjonalne) informacji turystycznej tworzące zintegrowaną sieć

- Narodowy Portal Turystyczny – [www.polska.travel](http://www.polska.travel) oraz regionalne i lokalne serwisy turystyczne
- System znakowania dróg znakami turystycznymi informującymi o atrakcjach i szlakach turystycznych

## ***Wykorzystanie Internetu i programów komputerowych dla potrzeb informacji turystycznej***

Internetowy System Informacji Turystycznej

- **Internetowy System Informacji Turystycznej i Promocji Polski (ISIT)** – system informacji turystycznej prezentujący atrakcje turystyczne Polski: polskie regiony, interesujące miejscowości, ciekawe miejsca i szlaki. Stanowi interaktywne narzędzie służące do planowania podróży w regionie oraz ułatwiające korzystanie z atrakcji turystycznych, bazy noclegowej, gastronomicznej, komunikacji oraz lokalnej informacji turystycznej.
- Wydawcą i administratorem portalu promującego jest Polska Organizacja Turystyczna, która stworzyła system ISIT w 2004 roku przy współpracy z siecią administratorów regionalnych (Regionalne Organizacje Turystyczne ROT) i lokalnych (Lokalne Organizacje Turystyczne i inne podmioty działające głównie w obrębie gminy) z całego kraju.

### **Serwer Informacji Turystycznej – Repozytorium Informacji Turystycznej RIT**

Kanały dystrybucji Informacji Turystycznej:

- Strona internetowa : [www.polska.travel](http://www.polska.travel)
- Infokioski
- Nawigacje GPS (w formie POI i szlaków)
- Aplikacje do telefonów GSM
- Programy komputerowe dla tradycyjnych punktów Informacji Turystycznej
- Kanały RSS - przesyłanie nagłówków informacyjnych do odpowiednich „czytników” (np. outlook, telefon,)

## ***Obsługa programów komputerowych (PMS) stosowanych w recepcji***

Zadaniem każdego hotelu jest spełnianie oczekiwań i znajdowanie wyczerpujących odpowiedzi na pytania gości. Zaspokajanie ich nie tylko podstawowych potrzeb, ale zapewnienie im jak największej wygody, rozrywki i komfortu wypoczynku.

Co to jest PMS ?

Jest to aplikacja (program) komputerowa, która automatyzuje czynności wykonywane przez personel hotelowy. To nic innego jak system do zarządzania hotelem. PMS określane jest jako jedna z najważniejszych aplikacji IT w hotelu, centralną bazą danych dotyczących gości hotelowych, ich profili, rezerwacji, historii pobytu i przychodów z tytułu noclegu, F&B i innych usług. Wykorzystanie programów komputerowych (PMS) pozwala na sprawne zarządzanie całym obiektem.

#### **Dlaczego PMS jest integralną częścią sprawnie zarządzanego hotelu?**

- Obniżenie kosztów – jeden serwer z systemem i dołączenie do niego kolejnych hoteli
- Jednym ruchem można zmienić globalne ustawienia PMS - Globalizacja – centrala firmy np. steruje promocjami z jednego miejsca, ustala ceny itp.
- Dostęp do najświeższych danych zawsze pod ręką 24h
- Zaawansowane analizy i statystyki
- Stały nadzór nad poprawnym działaniem hotelu
- Centralna rezerwacja – dokonuje rezerwacji w innym miejscu na świecie w naszym hotelu
- Połączenie PMS z portalami internetowymi np. rezerwacje dokonane przez pośredników internetowych dokonują się automatycznie w systemie, zmiany cen w PMS powodują natychmiastową zmianę cen na portalach pośredników. Sprzedanie wszystkich pokoi powoduje automatyczne zamknięcie sprzedaży.
- PMS w języku angielskim umożliwia instalację w każdym państwie
- Możliwość skonfigurowania PMS pod potrzeby konkretnego hotelu, sieci, klienta
- PMS wersja standardowa – PMS wersja najbogatsza: mamy możliwość działania na podstawowej wersji (taniej która może nam wystarczyć) lub wykupienie dodatkowych aplikacji rozszerzające możliwości PMS

Poniżej przedstawione zostały najważniejsze zagadnienia związane z obsługą PMS:

1. Grafiki pokoi (status hotelu)
2. Zakładanie profili gości (baza gości)
3. Zakładanie rezerwacji
4. Szukanie rezerwacji

5. Edycja rezerwacji
6. Usuwanie rezerwacji
7. Potwierdzenie rezerwacji
8. Faktura proforma
9. Check-in
10. Księgowanie usług na kontach
11. Kasowanie usług
12. Check-out
13. Rozliczanie grupowego konta
14. Drukowanie faktury
15. Kasowanie rachunku
16. Drukowanie kopii rachunku
17. Drukowanie wyciągu z konta
18. Tworzenie Pay masterów (pseudo pokoi)
19. Księgowanie usług dodatkowych
20. Raporty i statystyki

### ***Współpraca hotelu z biurem turystycznym i tourooperatorem***

Korzyści ze współpracy z tourooperatorem (TO)

- Rozszerzenie sieci sprzedaży
- Umieszczenie informacji o hotelu w informatorach i katalogach biur podróży
- Możliwość sprzedaży większej ilości usług jednemu kontrahentowi
- Usprawnienie przyjęcia rezerwacji – formularze rezerwacyjne
- Zabezpieczenie finansowe wykorzystania miejsc przez TO
- Sprzedaż pakietowa – BB (bed and breakfast), HB (half board), FB (full board)
- Przy grupach wrasta wskaźnik podwójnego wykorzystania (tzw. double occupancy)

Najczęstsza forma współpracy z TO:

- Umowa centralna - Zawarta na określony czas. Zawiera wszystkie postanowienia i uwarunkowania realizacji, rezerwacji i rozliczenia zamówień. Cena zazwyczaj jest ustalana z góry na konkretne okresy.

- Zapytania „On request” - Brak umowy określonej w czasie. Cena każdorazowo ustalana przez revenue managera (RM) na konkretny termin zapytania. W momencie akceptacji ceny i warunków przez TO podpisywana jest umowa na jednorazową grupę.
- Dla konkretnego odbiorcy - Umowa tylko dla jednego podmiotu (np. Grupa ITI, bank Millenium), który przez TO realizuje rozliczenia za noclegi. Zawsze hotel jest informowany o takiej formie współpracy między TO a firmą. Wykorzystuje zapisy umowy centralnej jednak mogą być inne ceny.

### **GDS i CRS – obecnie najważniejsze kanały dystrybucji pokoi**

GDS – Global Distribution Systems – Globalny system sprzedaży – funkcjonują na płaszczyźnie B2B *business to business*, czyli **hotel – pośrednik**. Nie mają do niego dostępu osoby indywidualne. Centra o zasięgu globalnym. Zostały stworzone na potrzeby linii lotniczych, z czasem zaczęły proponować usługi hoteli. Pośrednicy mogli za pomocą jednego systemu zarezerwować nie tylko bilety lotnicze ale także całą gamę usług dodatkowych: nocleg, wynajem samochodu itp. Ograniczenia w informacji prezentowanej w GDS spowodowały powstanie osobnych systemów rezerwacji – CRS.

CRS – Computerized Reservation System – internetowe systemy rezerwacji usług B2C *business to consumer* – **Hotel – Gość**. Powstały na bazie GDS. Wspecjalizowane we wszechstronnej sprzedaży usług, zaczynając od hotelu, przez centra konferencyjne, wynajem samochodów, zabiegi SPA, pola golfowe. Nie ma tu ograniczeń w prezentacji informacji o usłudze.

Obecnie niezbędnym elementem CRS jest natychmiastowa płatność i zabezpieczenie rezerwacji ON-LINE.

### ***Współpraca hotelu z innymi przedsiębiorstwami i instytucjami (pakiety-jedna decyzja/wiele usług)***

Jaki jest cel współpracy z innymi podmiotami ?

- Rozszerzenie oferty hotelu – sprzedaż pakietowa
- Dodatkowe przychody ze sprzedaży usług dodatkowych, prowizje
- Wyróżnienie się z ofertą na tle konkurencji

- Umieszczenie informacji o hotelu w informatorach podmiotu, reklama (np. baner na polu golfowym, ulotki w wypożyczalni samochodów)
- Spójna polityka sprzedażowa
- Podniesienie prestiżu hotelu

*Jedna decyzja = zakup wielu usług = wyższe przychody*

## ***Marketing w hotelarstwie i turystyce***

Marketing, co to jest ?

W hotelarstwie, jest to cały proces planowania i wdrażania polityki cenowej, promocyjnej i public relation (PR – czyli wizerunkowej), w celu doprowadzenia transakcji zakupu usług hotelu. Jest to sposób myślenia i działania mający na celu wytworzenie określonego wyobrażenia o hotelu u potencjalnego Gościa, i przez to doprowadzenie do transakcji zakupu usługi.

Elementy Marketing MIX, spojrzenie hotelowe:

### **Produkt**

W hotelu produkt składa się zarówno z dóbr materialnych, jak i usług. Odgrywa on podstawową rolę w zaspokojeniu potrzeb Gościa (jakość).

### **Cena**

Bardzo ważny element ze względu na dużą elastyczność i możliwość zmiany w celu doprowadzenia do równowagi popytu i podaży (revenue management). Decyzje dotyczące cen związane są z ustaleniem ich poziomu oraz stosowanym upustów, prowizji i warunków płatności

### **Dystrybucja – gdzie sprzedawać?**

Oznacza miejsce dostępności usług. Nie chodzi tu o decyzję dotyczącą lokalizacji hotelu, tylko dotarcie odpowiednimi kanałami i formami dystrybucji do potencjalnych Gości.

### **Promocja – wybór form, środków i nośników promocji**

Wybór form i nośników reklamy, sposoby i kierunki działań w zakresie PR, decyzja o stosowaniu lub niestosowaniu sponsoringu, określenie kierunków w zakresie sprzedaży bezpośredniej (dział sprzedaży)

Nowe formy prezentacji hotelu w sieci WWW



- Podstawowym minimalnym standardem jest własna strona WWW, wraz z modułem bezpośredniej rezerwacji i bezpiecznej płatności.
- Pozycjonowanie własnej strony w wyszukiwarkach ogólnych; np. google.pl, yahoo.com,
- Pozycjonowanie w CRS
- Banery w CRS wraz z konkretną promocją
- Banery na portalach branżowych (SPA na [www.wySPAzdrowia.pl](http://www.wySPAzdrowia.pl), konferencje na [www.meetingplanner.pl](http://www.meetingplanner.pl) )

### ***Strategie w zarządzaniu hotelem (m. in. outsourcing)***

Co to jest „zarządzanie hotelem”?

Celowe działanie polegające na podejmowaniu przez odpowiednie osoby decyzji prowadzących do osiągnięcia wcześniej określonych celów.

Istotą zarządzania hotelem jest pozyskiwanie, przetwarzanie i właściwe alokowanie zasobów niezbędnych do właściwego jego funkcjonowania:

1. Zasoby ludzkie – cały personel
  2. Zasoby rzeczowe i techniczne – obiekt hotelowy i jego wyposażenie
  3. Zasoby finansowe – pozyskane kredyty, płynność finansowa
  4. Informacja – wiedza niezbędna do skutecznego zarządzania, także doświadczenie
- Należy także wskazać, cztery podstawowe funkcje w zarządzaniu hotelem:

1. Planowanie i podejmowanie decyzji - określenie celów i decydowanie o najlepszym sposobie ich osiągnięcia
2. Organizowanie - określenie najlepszych sposobów grupowania działań i zasobów
3. Przewodzenie, motywowanie - kierowanie ludźmi, które polega na odpowiednim motywowaniu i wskazywaniu drogi do realizacji celów ogólnych hotelu jak i indywidualnych pracownika
4. Kontrolowanie - Obserwowanie bieżących działań i wprowadzanie korekt (ze względu na odchylenia lub na wykorzystanie chwilowo nadarżającej się okazji) w celu ułatwienia osiągnięcia założonych celów

## **Outsourcing**

Jest nieodzownym elementem nowoczesnie zarządzanego hotelu. W skrócie outsourcing można określić jako przeniesienie części zadań wykonywanych przez własnych pracowników na zewnętrznych kontrahentów

Głównym celem outsourcingu jest:

- zmniejszenie kosztów stałych
- Przekazanie konkretnego działu wyspecjalizowanej firmie
- Brak kosztów związanych z inwestycją (np. pralnia)
- Dostosowanie się do warunków sezonowości
- Uproszczenie struktury organizacyjnej i zmniejszenie biurokracji
- Oszczędność czasu

### **Outsourcing**

Najczęściej dotyczy takich specjalistycznych usług, których zabezpieczenie wymagałoby znacznych nakładów finansowych a także zbudowania szerokich działów i kompetencji w każdym obiekcie hotelowym. Najczęściej outsourcing dotyczy takich działów jak:

- Księgowość
- Usługi informatyczne
- Usługi sprzątnia
- System rezerwacji on-line
- Ochrona
- Usługi pralnicze
- Usługi technicznej obsługi budynku
- Zasoby ludzkie - doraźna pomoc

Sprawnie dobrany i wykorzystany outsourcing pozwala na znaczne oszczędności kosztowe i w efekcie ma bardzo duży wpływ na rachunek wyniku finansowego. Można przyjąć, że w zależności od zakresu i działu w którym wykorzystywany jest outsourcing poziom kosztów można obniżyć od 10 % do nawet 40%. Oczywiście należy zawsze przemyśleć, przeanalizować ale przede wszystkim przeliczyć zasadność wprowadzania zewnętrznych podmiotów do ścisłej współpracy. Nie zawsze bowiem oszczędność finansowa idzie w parze z utrzymaniem odpowiedniego standardu świadczonych usług.

## ***Zarządzanie „przez liczby” – wskaźniki ekonomiczne hotelu (mierniki jakościowe, ilościowe, wartościowe)***

Zarządzanie cyframi hotelu wymaga znajomości podstawowych zasad rachunkowości a także specyficznej budowy syntetyki alokacji kosztów – USALI

Podstawą systemu jest wydzielenie rodzajów działalności hotelowej i ustalenie dla każdego z nich zarówno przychodów, jak i kosztów ich uzyskania. Przychody, jak i odpowiadające im koszty, noszą miano operacyjnych i obliczane są w okresach miesięcznych. W ten sposób możliwe jest bieżące śledzenie realizacji planu w poszczególnych rodzajach działalności i natychmiastowe wychwytywanie wszelkich nieprawidłowości i odchyłeń od założeń, a także określenie przyczyn niekorzystnych zjawisk.

Najważniejsze metody wskaźnikowe przy zarządzaniu liczbowym opierają się o trzy filary ich obliczania:

**Analiza pozioma** - Określa zmiany badanej kategorii w czasie – do okresu poprzedniego i analogicznego – oraz w stosunku do planu. Np.: różnica n-1, różnica LM, różnica vs budżet

**Analiza pionowa** - Bada relacje wszystkich składników sprawozdania (P&L) do przychodów operacyjnych ogółem. Jest to swojego rodzaju analiza strukturalna. W przypadku przychodów operacyjnych pokazuje ich strukturę, która z kolei jest bardzo istotna z punktu widzenia ostatecznego wyniku hotelu. Np.: procentowy koszt wynagrodzeń w stosunku do przychodów

**Analiza wskaźnikowa** - Umożliwia budowanie wskaźników ułatwiających ocenę stopnia realizacji zadań. Najważniejsze wskaźniki tej metody to:

- Procent brutto (% gross) – najczęściej używany w zarządzaniu. Jest to procentowa relacja elementów raportu do przychodów operacyjnych ogółem, lub przychodów konkretnego działu. Jest to podstawowy składnik oceny efektywności. Jeżeli %gross odwołujemy się do przychodów operacyjnych ogółem to odpowiada to analizie pionowej.

- **POR** (per occupied room) – „na zajęty pokój” – relacja badanej wielkości do liczby sprzedanych pokoi (NIE PROCENTOWEGO OBŁOŻENIA!!!! ) Przydatny w analizie kosztów zmiennych, zależnych od wielkości sprzedaży.
- **PAR** (per available room) – „na dostępny pokój” – relacja badanej wielkości do całkowitej ilości dostępnych w danym okresie pokoi.

Bardzo ważnymi wskaźnikami operacyjnymi, bardzo pomocnymi przy analizie statystycznej hotelu to:

- **OCC** – occupancy rate – obłożenie – procentowe wykorzystanie potencjału hotelu w danym okresie. Sprzedane pokoje / potencjalnie dostępne pokoje \* 100%
- **ADR** – average daily rate – inaczej ARR – average room rate – średnia cena sprzedanego pokoju. Przychód ze sprzedaży pokoi / Sprzedane pokoje
- **DOCC** – double occupancy – podwójne wykorzystanie. Informuje o stopniu wykorzystania pokoi przez co najmniej dwie osoby. Jest to ważne przy sprzedaży pokoi dwuosobowych do pojedynczego wykorzystania. Sprzedane pokoje dwóm osobom/ Sprzedane pokoje
- **ALS** – average length of stay – średnia długość pobytu w dniach. Inaczej – wskaźnik rotacji. Sprzedane pokoje w okresie/ liczba gości w okresie. Ważne: dwie osoby w pokoju zawsze liczone jako jedna!
- **revPAR** – revenue per available room – przychód na dostępny pokój. Jest to bardzo ważny wskaźnik, który pokazuje efektywność naszego hotelu. Pozwala na precyzyjne badanie wyników i kształtowanie polityki cenowej. Jest to główny wskaźnik yield managementu . Przychód ze sprzedaży pokoi/potencjalnie dostępne pokoje

**GOP** – gros operating profit – zyskowność operacyjna brutto. Wskaźnik ten pozwala na jasną ocenę zdolności hotelu do generowania zysku a także lepiej niż inne wskaźniki odzwierciedla efektywność operacyjną i rentowność hotelu.

Wynik operacyjny brutto/ przychód operacyjny \* 100%

### **Revenue management (YIELD management)**

Revenue Management to maksymalizacja przychodów poprzez osiągnięcie optymalnego obłożenia przy jak najwyższej cenie, tak aby wskaźnik RevPAR był jak najwyższy. To nic innego jak oferowanie usług właściwemu klientowi, w odpowiednim czasie po odpowiedniej cenie. W praktyce Revenue Manager decyduje o polityce sprzedaży i strategii cenowej hotelu. To on decyduje o zmianach BAR (best available rate - najlepsza dostępna cena ) na dany dzień lub wręcz na daną chwilę.

## **IV. STAŻE W POLSCE – WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO - MAZURSKIE**

Staże praktyczne w projekcie „Hotelarstwo – doskonalenie nauczycieli zawodu” w województwie warmińsko-mazurskim odbywały się w okresie pomiędzy sierpniem 2011 roku a listopadem 2011 roku. W grupach 4-5 osobowych. Miejsca do realizacji stażu wybierano w drodze zapytań ofertowych skierowanych do hoteli 4-gwiazdkowych. Hotele w czasie odbywania staży oprócz realizacji programu merytorycznego staży, miały obowiązek zapewnić uczestnikom zakwaterowanie i całodzienne wyżywienie.

Staże w odbyły się w następujących hotelach:

1. Hotel Willa Port w Ostródzie
2. Hotel Anders w Starych Jabłonkach
3. Hotel Krasicki w Lidzbarku Warmińskim

Opiekunami stażu byli pracownicy hoteli mający wieloletnie doświadczenie w branży hotelarskiej zatrudnieni na stanowiskach kierowniczych. Praktyczne staże odbywały się w czasie wolnym od pracy dydaktycznej nauczycieli w dwóch formułach – niektóre częściowo na wakacjach oraz częściowo w weekendy. Harmonogram stażu opracowywany był w oparciu o możliwości czasowe hoteli i uczestników szkoleń. Realizowane były zgodnie z opracowanym programem i polegały na praktycznym kontakcie z pracą w poszczególnych działach hotelu.

W celu oceny stopnia użyteczności zdobytej wiedzy i zaspokojenia oczekiwań oraz zadowolenia beneficjentów z krajowych staży zawodowych przeprowadzona została ankieta ewaluacyjna. Respondenci ocenili staże bardzo wysoko. Procent uzyskanych

odpowiedzi o wartości 5 mieści się w skali od 90% do 97%. Wysokie oceny świadczą o zadowoleniu uczestników z udziału w stażach krajowych. Swoją opinię przedstawili także opiekunowie nauczycieli podczas stażu. Podkreślili bardzo duże zaangażowanie uczestników, dużą chęć do pracy w każdym z działów. Zarekomendowano zwiększenie godzin stażu w recepcji oraz dołączenie obsługi barów do programu. Podkreślono właściwy sposób realizacji zajęć: praktyka poprzedzona teorią

## V. ZAŁOŻENIA PROGRAMOWE - WOJEWÓDZTWO PODLASKIE

### *Program szkolenia teoretycznego w województwie podlaskim.*

#### **Cele ogólne szkolenia:**

1. Wyposażenie w wiedzę i umiejętności dotyczące nowoczesnego warsztatu pracy nauczyciela przedmiotów zawodowych i praktycznej nauki zawodu.
2. Przygotowanie nauczyciela do organizacji procesu dydaktycznego zgodnie z oczekiwaniami rynku pracy.
3. Doskonalenie zawodowe nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie kompleksowej obsługi gościa hotelowego

Szkolenie teoretyczne obejmuje 42 godziny zajęć realizowanych w następujących modułach:

Lp.	Nazwa modułu	Liczba godzin
I	ORGANIZACJA HOTELARSTWA	6
II	RECEPCJA	16
III	SŁUŻBA PIĘTER	4
IV	OBSŁUGA SPOTKAŃ BIZNESOWYCH	4
V	WSPÓŁPRACA Z BIURAMI PODRÓŻY I INNYMI PODMIOTAMI	2
VI	GASTRONOMIA	4
VII	USŁUGI DODATKOWE	2
VIII	MARKETING USŁUG HOTELARSKICH	4

#### **Cele szczegółowe szkolenia:**

- Zwiększenie poziomu wiedzy i umiejętności nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie nowoczesnych trendów i obsługi w hotelarstwie.
- Poznanie zasad funkcjonowania i obsługi systemów rezerwacyjnych.
- Zapoznanie nauczycieli z warunkami i specyfiką pracy na różnych stanowiskach w hotelarstwie.

- Wypracowanie dobrych praktyk w zakresie doskonalenia nauczycieli szkolnictwa zawodowego w odniesieniu do realiów nowoczesnej gospodarki.
- Dostosowanie umiejętności nauczycieli do aktualnych wymagań branży w kontekście kształcenia przyszłych kadr.
- Podniesienie jakości nauczania w szkolnictwie zawodowym.
- Nawiązanie współpracy środowiska nauczycieli szkolnictwa zawodowego z przedsiębiorcami.
- Promowanie idei kształcenia się przez całe życie

Po zrealizowanym szkoleniu w województwie podlaskim u uczestniczących nauczycieli przedmiotów zawodowych zaobserwowano wzrost wiedzy o średnio 30% (wzrost z 65%). Uczestnikom najbardziej podobały się takie elementy szkolenia jak:

- przedstawianie informacji wynikających z praktyki – pracy w branży hotelarskiej
- rzeczowość prowadzenia zajęć
- duża ilość materiałów dodatkowych, przedstawianie materiałów wewnętrznych hoteli, możliwość wykorzystania otrzymanych materiałów w pracy
- rzetelność i komunikatywność trenerów
- aktualność przedstawianych informacji
- sposób prezentacji, prowadzenia zajęć
- kompetencje trenera.

Uczestnicy wykazali chęć uczestnictwa w szkoleniach, które rozszerzyłyby zagadnienia dotyczące pracy biura podróży, funkcjonowania marketingu hotelowego, zajęć praktycznych na recepcji, na poszczególnych stanowiskach pracy w hotelu, obsługa gościa VIP, oraz wyposażenie pokoju hotelowego. Nauczyciele podkreślali, iż do wielu informacji nie mogliby dotrzeć osobiście, a udostępnione materiały szkoleniowe wykorzystają do prowadzenia zajęć w szkołach. Szczegółowy program szkolenia teoretycznego został omówiony w załączniku nr 2.



## ***Program szkolenia praktycznego - staże w hotelach***

Staże w hotelach w województwie podlaskim obejmują 80 godzin. Realizowane są w obiektach o standardzie minimum 3\*. W czasie realizacji stażu – nauczyciel powinien poznać pracę w poszczególnych działach: Recepcja, Służba piętter, Gastronomia, Marketing, Spa/usługi rekreacyjne. Realizacja staży ma umożliwić uczestnikom konfrontację, poszerzenie i pogłębienie wiadomości teoretycznych oraz umiejętności praktycznych niezbędnych przy nauczaniu zawodu. W szczególności:

- analizę struktury i organizacji obiektu hotelarskiego,
- zapoznanie się ze specyfiką usług,
- zapoznanie się ze strukturą i specyfiką stanowisk pracy,
- zapoznanie się dokumentacją i obowiązującymi procedurami,
- obserwowanie prac prowadzonych na poszczególnych stanowiskach pracy,
- asystowanie przy prowadzeniu prac na stanowiskach,
- bezpośrednie wykonywanie wybranych prac.

### **LICZBA GODZIN STAŻU W POSZCZEGÓLNYCH DZIAŁACH:**

- RECEPCJA – 36
- SŁUŻBA PIĘTTER - 12
- GASTRONOMIA - 16
- USŁUGI SPA - 8
- MARKETING – 8

*Szczegółowy program staży praktycznych w województwie podlaskim, przedstawiono w załączniku nr 3.*

### ***Założenia programowe - Zagraniczny staż szkoleniowo - studyjny***

Zagraniczny staż szkoleniowo-studyjny obejmuje 40 godzin szkolenia. Staż powinien być tak zorganizowany, aby umożliwić nauczycielom pogłębienie zdobytej wiedzy standardach i systemie pracy w hotelach europejskich.

Cele wyjazdu szkoleniowo-studyjnego:

- zapoznanie i porównanie różnych standardów usług hotelarskich w wybranych krajach europejskich,
- pokazanie dobrych praktyk zawodowych,
- poznanie różnorodności kulturowej,
- zwrócenie uwagi na specyfikę zawodu hotelarza, działalność usługową,
- zapoznanie z organizacją obiektu hotelarskiego, specyfiką usług i stanowisk pracy.

W czasie stażu stosowane będą następujące formy kształcenia: obserwacje oraz spotkania i prowadzone z przedstawicielami hoteli (specjalistami) pokazy.

## VI. OMÓWIENIE ZAGADNIEŃ PROGRAMOWYCH - WOJEWÓDZTWO PODLASKIE

### *Organizacja hotelarstwa*

#### **Kierunki rozwoju hotelarstwa:**

Według danych Instytutu Turystyki:

- W 2010 roku liczbę przyjazdów turystów szacuje się na 12,5 mln (o 5% więcej)
- w 2009 roku z bazy noclegowej (obiekty zakwaterowania zbiorowego rejestrowane przez GUS) korzystało 3861,9 tys. zagranicznych turystów (o 5% mniej niż w 2008 roku).
- liczba noclegów spadła o 6%.
- w czwartym kwartale 2009 roku liczba turystów zagranicznych w bazie noclegowej wzrosła (w porównaniu z tym samym okresem 2008 r.) o 4%, a liczba noclegów wzrosła o 3%.
- istotny spadek liczby korzystających i noclegów zanotowano w przypadku Korei, Łotwy, Rosji, Ukrainy, Estonii i Irlandii.

W pierwszym półroczu 2010 roku:

- z obiektów zakwaterowania zbiorowego skorzystało 1797,2 tys. turystów zagranicznych (o 6,8% więcej niż rok wcześniej; przy czym wzrost liczby gości w hotelach wyniósł 7,3%) oraz 7386,8 tys. mieszkańców Polski (o 5,1% więcej).
- liczba noclegów cudzoziemców wyniosła 4366,9 tys. (ogółem wzrost o 4,4%, a w hotelach o 6,3%), a liczba noclegów mieszkańców Polski – 18663,6 tys. (spadek o 0,5%, ale w hotelach wzrost o 9,2%)
- w lipcu 2010 r. było zarejestrowane 7206 obiektów zbiorowego zakwaterowania, na które składało się 3223 obiektów hotelowych i 3983 pozostałych obiektów
- najliczniejszą grupę wśród obiektów hotelowych stanowią hotele (1796).
- w stosunku do roku 2009 sprawozdawczością objęto o 214 obiektów więcej.

## ***Eco Hotele***

Rozwiązania ekologiczne mogą być jednym z czynników decydujących o wyborze hotelu. Na świecie około 35% hoteli realizuje kompleksowe programy związane z ochroną środowiska. Korzyści bycia Eco Hotelem: to obniżenie kosztów działalności, wzrost konkurencyjności, wizerunek organizacji przyjaznej dla środowiska, wzrost świadomości ekologicznej pracowników oraz klientów organizacji. Inicjatywy ekologiczne:

- zielone patrole – zespoły, które dbają o wdrażanie przedsięwzięć proekologicznych w hotelach
- segregacja niebezpiecznych odpadów
- zbiórka materiałów do ponownego przetworzenia
- oszczędzanie wody poprzez zainstalowanie na bateriach mieszaczy wody z powietrzem oraz modernizacja systemu uzdatniania wody.
- oszczędzanie energii elektrycznej dzięki sukcesywnej wymianie żarówek na układy energooszczędne,
- monitoring i ustalanie harmonogramu pracy urządzeń wentylacyjnych w zależności od zapotrzebowania
- używanie detergentów przyjaznych środowisku
- program Zielony Pokój, zachęcający gości do powtórnego używania ręczników i pościeli.
- Akcja „Godzina dla Ziemi”, podczas której gaszone są światła we wszystkich publicznych miejscach obiektów, i korzysta się wyłącznie ze świec
- 2009/578/WE: Decyzja Komisji z dnia 9 lipca 2009 r. ustalająca ekologiczne kryteria przyznawania wspólnotowego oznakowania ekologicznego usługom zakwaterowania turystycznego
- około 100 różnych programów certyfikujących dla różnych podsektorów turystyki, w Europie jest obecnie około 30-40 eko-etykiety wyłącznie dla hotelarstwa: Green Globe 21, Ecotel, w Tajlandii - Green Leaf, w Danii Green Key.
- EcoResort - znak wyróżniający hotele należące do TUI, którym przyznano nagrodę „TUI Umwelt Champion”

- Sieć Scandic była pierwszą siecią hotelową odznaczoną etykietą Nordyckiego Łabędzia. Do dyspozycji gości zostało oddanych 17 tys. pokoi typu Eco na całym świecie (pokoje te składają się w 95 proc. z produktów możliwych do recyklingu).

### ***Portale hotelarskie i turystyczne***

- <http://www.instytuthotelarstwa.pl>
- <http://www.meetingspoland.pl>
- <http://www.hotelinfo24.pl>
- <http://serwis-hotelarski.gastrona.pl>
- <http://www.hotelarstwo.com.pl>
- <http://www.horeca.pl>
- <http://www.hotelnews.pl>
- <http://www.horecanet.pl>
- <http://www.irh.pl>
- <http://www.hotelprofit.pl>
- <http://www.e-hotelarstwo.com>
- <http://www.hotelarze.pl>
- <http://rynekturystyczny.pl>
- <http://www.biznesiturystyka.com.pl>
- <http://tur-info.pl>
- <http://www.turystyka24h.pl>
- <http://biztur.pl>
- <http://www.wiadomosciturystyczne.pl>
- <http://www.rynekpodrozy.com.pl>
- <http://dziennikturystyczny>

## ***Współpraca z biurami podróży i innymi podmiotami***

### **Podstawowe definicje:**

- usługi turystyczne – usługi przewodnickie, usługi hotelarskie oraz wszystkie inne usługi świadczone turystom lub odwiedzającym;
- impreza turystyczna – co najmniej dwie usługi turystyczne tworzące jednolity program i objęte wspólną ceną, jeżeli usługi te obejmują nocleg lub trwają ponad 24 godziny albo jeżeli program przewiduje zmianę miejsca pobytu;
- wycieczka – rodzaj imprezy turystycznej, której program obejmuje zmianę miejsca pobytu jej uczestników;
- organizowanie imprez turystycznych – przygotowywanie lub oferowanie, a także realizacja imprez turystycznych;
- usługi hotelarskie – krótkotrwałe, ogólnie dostępne wynajmowanie domów, mieszkań, pokoi, miejsc noclegowych, a także miejsc na ustawienie namiotów lub przyczep samochodowych oraz świadczenie, w obrębie obiektu, usług z tym związanych;
- organizator turystyki – przedsiębiorca organizujący imprezę turystyczną;
- pośrednik turystyczny – przedsiębiorca, którego działalność polega na wykonywaniu, na zlecenie klienta, czynności faktycznych i prawnych związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług turystycznych;
- agent turystyczny – przedsiębiorca, którego działalność polega na stałym pośredniczeniu w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych na rzecz organizatorów turystyki posiadających zezwolenia w kraju lub na rzecz innych usługodawców posiadających siedzibę w kraju;
- pilot wycieczek - osoba towarzysząca, w imieniu organizatora turystyki, uczestnikom imprezy turystycznej, sprawująca opiekę nad nimi i czuwająca nad sposobem wykonania na ich rzecz usług oraz przekazująca podstawowe informacje, dotyczące odwiedzanego kraju i miejsca;
- przewodnik turystyczny - osoba zawodowo oprowadzająca turystów lub odwiedzających po wybranych obszarach, miejscowościach i obiektach, udzielająca o nich fachowej

informacji oraz sprawująca nad turystami lub odwiedzającymi opiekę w zakresie wynikającym z umowy

### ***Umowy w turystyce***

**UMOWA** - czynność prawna (dwustronna), która dochodzi do skutku poprzez zgodne oświadczenie woli stron. Rodzaje umów w turystyce:

- imprezę turystyczną (o świadczenie usług turystycznych, umowa o wycieczkę, podróż, turystyczna)
- pojedynczą usługę turystyczną - celem jest zwykle wykonanie określonej czynności na zlecenie klienta (umowa przewozu osób, najmu pokoju gościnnego lub sprzętu turystycznego, umowy o usługi przewodnickie, umowy ubezpieczenia)
- hotelowa - zawierana między danym hotelarzem (H), a przedstawicielem biura podróży (B) w celu zapewnienia usług hotelowych o odpowiedniej jakości i cenie, w stosunku do podróżnego lub grup podróżnych, którzy są klientami biura podróży (B).

UMOWA obiektu hotelarskiego z biurem podróży - elementy:

- Czas, na który jest podpisywana.
- Ceny usług stosowane przez hotel w stosunku do gości biura.
- Rodzaj świadczeń bezpłatnych (bezpłatne usługi dla kierowcy lub pilota).
- Termin i wysokość przedpłaty za zamówione usługi.
- Termin wpłaty należności za usługi.
- Warunki i terminy anulowania zamówienia (w jakim terminie biuro może anulować całość zamówienia bez konsekwencji finansowych).
- Wysokość prowizji biura podróży (w procentach od cen normalnych, wypłacana biuru podróży za skierowanie gości do hotelu).
- Warunki zmiany liczby uczestników - ile dni przed rozpoczęciem imprezy można zgłosić określony odsetek zmniejszenia liczby uczestników bez konsekwencji finansowych.
- Konsekwencje w przypadku nie zgłoszenia się gościa.
- Możliwość zmiany warunków umowy.
- Miejsce i zasady rozstrzygania ewentualnych sporów

Dysponowanie miejscami:

- Allotment – biuro podróży rezerwuje miejsca w określonej liczbie i czasie, ustala możliwość odwołania rezerwacji bez ponoszenia kosztów.
- Charter - biuro podróży zamawia miejsca noclegowe z gwarantowanym ich wykorzystaniem przez zamawiającego w określonym czasie.
- Potwierdzenie zamówienia (zamówienie potwierdzone) - każdorazowe zapytanie biura podróży o możliwość zarezerwowania miejsc w hotelu.

VOUCHER – dokument kredytowego zlecenia wystawiony przez biuro podróży, zlecający kontrahentowi wykonanie świadczeń w określonej liczbie, czasie i jakości, stanowi podstawę żądania usługodawcy zapłaty za usługę.

ELEMENTY:

- nazwa i adres jednostki wystawiającej voucher
- data wystawienia
- nr vouchera
- nr imprezy turystycznej
- nazwa i adres usługodawcy
- wyszczególnienie czasu, miejsca, ilości jakości świadczonych usług
- pierwsze i ostatnie świadczenie (planowane)
- podpis pracownika upoważnionego do wystawiania voucherów
- miejsce na potwierdzenia faktycznej liczby uczestników
- miejsce na uwagi odnośnie świadczonych usług
- miejsce na podpis pilota polskiego

Rooming list - elementy

- nazwa biura turystycznego, jego adres oraz telefon,
- nazwa hotelu, jego adres oraz dane kontaktowe.
- ilość osób chcących dokonać rezerwacji,
- jakie pokoje chcą zarezerwować
- uwagi np. ilość dzieci ich wiek, z jakich usług dodatkowych goście chcą skorzystać :
- informacje za jakie usługi goście płacą indywidualnie a jakie są doliczone do ceny pobytu.



## VII. STAŻE W POLSCE – WOJEWÓDZTWO PODLASKIE

W okresie od 1 października 2011 r. do 20 listopada 2011 r. na terenie województwa podlaskiego realizowane były krajowe staże zawodowe. Utworzone zostały 4 grupy stażowe, z których odpowiednio:

- 2 realizowały staże w Hotelu Cristal w Białymstoku
- 2 realizowały staże w Hotelu Warszawa w Augustowie

Opiekunami stażu byli pracownicy hoteli mający wieloletnie doświadczenie w branży hotelarskiej zatrudnieni na stanowiskach kierowniczych. Praktyczne staże odbywały się w czasie wolnym od pracy dydaktycznej nauczycieli. Harmonogram stażu opracowywany był w oparciu o możliwości czasowe hoteli i uczestników szkoleń. Zajęcia w powstałych grupach prowadzone były w trybie weekendowym. Realizowane były zgodnie z opracowanym programem i polegały na praktycznym kontakcie z pracą w poszczególnych działach hotelu.

W celu oceny stopnia użyteczności zdobytej wiedzy i zaspokojenia oczekiwań oraz zadowolenia beneficjentów z krajowych staży zawodowych przeprowadzona została ankieta ewaluacyjna. Wśród uwag dotyczących poszczególnych pytań beneficjenci wskazywali na przede wszystkim dużą liczbę praktycznych ćwiczeń, ogromne zaangażowanie opiekunów, i ich duży potencjał wiedzy praktycznej. Sugerowano zwiększenie liczby godzin na zajęcia w recepcji (praca programem komputerowym) oraz gastronomii (obsługa konsumenta). Staż umożliwił porównanie wiedzy teoretycznej z praktyką oraz uzupełnienie zasobów bądź braków tej wiedzy. Opiekunowie staży w sposób pozytywny oceniali zrealizowane zajęcia, ich celowość oraz zaangażowanie uczestników.

## VIII. WYJAZD SZKOLENIOWO - STUDYJNY

W dniach 22-30.01.2012 zorganizowany został zagraniczny staż szkoleniowo - studyjny na Cypr. Brali w nim udział nauczyciele z obu województw.

W celu oceny stopnia użyteczności zdobytej wiedzy i zaspokojenia oczekiwań oraz zadowolenia beneficjentów z zagranicznego stażu szkoleniowo - studyjnego przeprowadzone zostały ankiety ewaluacyjne stażu.

Udział w zagranicznym stażu szkoleniowo-studyjnym spełnił oczekiwania uczestników - 84% oceniło go na 5, natomiast 16% na 4. Uczestnicy wskazali wysokie oceny programu zagranicznego stażu szkoleniowo-studyjnego pod względem poszerzenia wiedzy praktycznej i teoretycznej na temat funkcjonowania obiektów hotelarskich za granicą.

Uczestnicy wskazywali na brak możliwości obejrzenia pomieszczeń służbowych niedostępnych dla zwykłych gości (tzw. pomieszczeń „For Staff only”). Wyrażono także chęć odwiedzenia szkoły hotelarskiej.

Uczestnicy zagranicznego stażu szkoleniowo-studyjnego uzupełnili testy wiedzy (początkowy i końcowy), sprawdzający ich wiedzę z zakresu funkcjonowania systemu hotelarskiego w odwiedzanym kraju. Wykazano przyrost wiedzy z 36% na 87% (przyrost 51%).

### ***Ramowy program wyjazdu***

#### **Dzień 22.01.2012 r. – niedziela**

- 14:15 zbiórka w zatoka przy hotelu GROMADA, ul. Kościuszki w Olsztynie (naprzeciwko dworca PKP) i wyjazd do Warszawy (autokar marki Bova)
- 14:45 zbiórka na dworcu PKS w Białymstoku przy budynku Biacomexu i wyjazd do Warszawy (autokar marki Bova)
- ok. 18:30 przyjazd na lotnisko i odprawa bagażowa
- 20:40 wylot z Warszawy lotem czarterowym do Larnaki na Cyprze, czas przelotu ok. 3,5 h.

#### **Dzień 23.01.2012 r. – poniedziałek**

- Przyłot do Larnaki ok. godz. 1:15 i przejazd do Hotelu Poseidonia Beach, nocleg

- 7.00-10.00 śniadanie
- 12.30-14.30 lunch
- 15:00 spotkanie organizacyjne oraz omówienie programu pobytu i wizyt studyjnych w hotelach
- wizytacja **hotelu Poseidonia** i spotkanie z Dyrekcją hotelu
- 19.00-22.00 kolacja

**Dzień 24.01.2012 r. – wtorek**

- 7.00-10.00 śniadanie
- 09:45 transfer Poseidonia – Apollonia Hotel
- 10:00 **Apollonia Beach Hotel** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- 12.30-14.30 lunch
- 15:00 **St. Raphael Resort** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- Powrót na kolację ok. 18:00-19:00
- 19.00-22.00 kolacja

**Dzień 25.01.2012 r. – środa**

- 7.00-10.00 Śniadanie
- 10:45 transfer Poseidonia – Venus Hotel (lunch boxy)
- 11:00 **Venus Beach Hotel, Paphos** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- 15:00 **St. George Hotel, Paphos** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- Powrót na kolację ok. 18:00-19:00
- 19.00-22.00 kolacja

**Dzień 26.01.2012 r. – czwartek**

- 7.00-10.00 Śniadanie
- 10:15 transfer Poseidonia – Princess Hotel (lunch boxy)
- 11:00 **Princess Beach Hotel, Larnaca** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- 15:00 **Golden Bay, Larnaca** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- Powrót na kolację ok. 18:00-19:00
- 19.00-22.00 kolacja

**Dzień 27.01.2012 r. – piątek**

- 7.00-10.00 Śniadanie
- 10:45 transfer Poseidonia – Elias Beach Hotel

- 11:00 **Elias Beach, Limassol** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- 12.30-14.30 lunch
- 15:00 **Arsinoe, Limassol** (wizytacja hotelu i spotkanie z managementem)
- Powrót na kolację ok. 18:00-19:00
- 19.00-22.00 kolacja

**Dzień 28.01.2012 r. – sobota**

- 7.00-10.00 Śniadanie
- Dzień przeznaczony na indywidualne poznanie wyspy i wypoczynek
- 12.30-14.30 lunch
- 19.00-22.00 kolacja

**Dzień 29.01.2012 r. – niedziela**

- 7.00-10.00 Śniadanie
- 12.30-14.30 lunch (**na bazie All Inclusive**)

**Kolacja w hotelu (kupon na posiłek + napój: sok lub wino lub piwo)**

- Wykwaterowanie z pokoi i przygotowanie do wyjazdu
- godz. 21:00 transfer na lotnisko w Larnace
- 2:15 wylot do Warszawy

**Dzień 30.01.2012 r. – poniedziałek**

- ok. godz. 5:00 przylot na lotnisko Okęcie
- ok. 10:00 przyjazd do Białegostoku i Olsztyna

## SPOSTRZEŻENIA I REFLEKSJE UCZESTNIKÓW PROJEKTU

Refleksje, uwagi, wnioski uczestników projektu - po zakończeniu projektu.

*„Projekt hotelarski bardzo mi się podobał. Jedyne, jeżeli chodzi o praktyki, które odbywały się w jednym hotelu – ja miałam praktyki Ew Ostródzie. Hotel mi się bardzo podobał, praktyki również. Jednak gdyby można te praktyki odbyć w różnych hotelach myślę, że byłoby to korzystniejsze dla nas. Zobaczyłam jeden hotel a tak miałabym możliwość zobaczyć kilka hoteli – porównać je. Zobaczyć jak wygląda praca w każdym z nich. Poza tym nie mam uwag.”* Beata Idalia Lesz – Elbląg

*„Projekt był okazją zobaczyć hotel od kuchni i dowiedzieć się rzeczy, których nie ma w książkach (szczególnie dla tych, którzy nigdy nie pracowali w hotelarstwie).- Można było poznać nowinki w branży. Noclegi w miejscu praktyk pozwoliły zobaczyć wszystko od strony klienta. Wykłady ciekawe, gdyż prowadzone przez doświadczonych ludzi z branży. Wyjazd studyjny pozwolił zobaczyć różnice w standardach między hotelami w Polsce i za granicą*

*Moim zdaniem było za mało godzin praktycznych w gastronomii*

*Dobre praktyki zagraniczne i w Polsce. Tematyka powinna być bardziej nastawiona na szkołę i standardy szkolne bo jest to jednak dla nauczycieli.”* Aleksandra Lewandowska - Elbląg

*„Projekt pozwolił na poznanie hotelu od strony pracownik. Poprzez wykonywanie pracy można było faktycznie poznać standardy wykonywanych czynności.*

*Odbywanie praktyki w cyklu kilkudniowym i przechodzenie na różne stanowiska pracy pozwoliło na ukazanie hotelu jako całości. Mogłam zapoznać się ze specyfiką pracy polegającą na:*

- *pracy pod presją czasu*
- *odpowiedzialnością za swoją pracę i pracę działu*

- *szybkim i rzetelnym przepływie informacji.*

*Ważnym elementem odbytych praktyk była możliwość obserwacji stosunków między pracownikami i ich wpływ na wykonywaną pracę.*

*Wyjazd zagraniczny pozwolił na pokazanie różnic między polskim hotelem a zagranicznymi hotelami. Jak również na pokazanie różnic pomiędzy zagranicznymi hotelami tej samej kategorii. Uważam, że zorganizowany był w sposób prawidłowy a ilość odwiedzanych hoteli była wystarczająca.”* Monika Bunalska - Ostróda

*„Dzięki uczestniczeniu w projekcie zdobyłam nowe umiejętności i drogocenne wskazówki na temat organizacji i zarządzania hotelami w Polsce i za granicą. Od strony praktycznej uczestniczyłam w pracach albo przyglądałam się pracom we wszystkich działach w hotelu. Projekt bardzo mi się podobał pod każdym organizacyjnym względem. Godny polecenia innym osobom. Przygotowany, przemyślany i dla mnie bardzo trafiony. Ocena celująca. Najciekawsze wszystkie elementy praktyczne. Prowadzący i opiekunowie z ramienia instytucji organizującej projekt i praktyk wyjątkowi i życzliwi. Dziękuję wszystkim, którzy przyczynili się bym mogła uczestniczyć!!!”*Sylwia Jursza - Ostróda

*„W czasie odbywania stażu praktycznego miałam okazję dowiedzieć się i spróbować jakie czynności muszą wykonywać pracownicy poszczególnych komórek w hotelu, od recepcjonisty poprzez housekeeping do restauracji. Doświadczenie takie pozwoli mi na przekazywanie wiedzy nie tylko teoretycznej ale i praktycznej. Z racji tego że moje doświadczenie nauczyciela w hotelarstwie jest bardzo małe to takie szkolenia uważam za bardzo potrzebne, tym bardziej, że życie w każdej dziedzinie idzie do przodu a zmiany wciąż zachodzą. Wyjazd na Cypr był dla mnie bardzo udany. Mam porównanie jak wygląda praca w hotelach Polskich i Cypryjskich, jak wygląda standaryzacja hoteli, formy własności i zarządzania. Jak dla mnie szkolenie oceniam na bardzo dobry. Dziękuję za możliwość udziału w projekcie i proszę o jeszcze!!!”* Małgorzata Kwacz - Ostróda

*„Udział w projekcie zmienił nasze widzenie edukacji zawodowej, ponieważ uzmysłowił nam fakt, iż wiedza teoretyczna jest bardzo ważna, ale uczniowie mogą ją nabyć po części samodzielnie ( nauczyciele, czytanie literatury branżowej), natomiast*

*nic nie jest w stanie zastąpić doświadczenia praktycznego. Doszliśmy do wniosku, że część przekazywanej wiedzy teoretycznej nie przekład się na faktyczne funkcjonowanie branży hotelarskiej. Powinniśmy kształcić uczniów na „praktyków” a nie na „teoretyków” hotelarstwa. W związku z tym szczególny nacisk powinniśmy położyć na właściwe wybieranie przez uczniów miejsc praktyk zawodowych. Podczas przekazywania wiedzy teoretycznej na zajęciach lekcyjnych, możemy wzbogacać ją o elementy praktyczne na przykładach konkretnych hoteli (wykorzystując doświadczenie z odbytych staży w hotelach we wszystkich działach i na niektórych stanowiskach w hotelu), Nawiązane kontakty z hotelami będziemy wykorzystywać podczas organizacji wycieczek programowych dla uczniów technikum hotelarskiego.” Aneta Kątowicz - Morąg*

## ZAKOŃCZENIE

Rynek hotelowy cały czas się zmienia. Wiele aspektów poruszonych w niniejszym opracowaniu zostało opartych o fundamentalne zasady nowoczesnego hotelarstwa, jednak cały czas należy obserwować i analizować zachodzące procesy. Nowoczesny hotelarz zawsze poszukuje nowych rozwiązań i nowych wyzwań, nie zapominając przy tym kto jest najważniejszą osobą w hotelu – GOŚĆ. To od jego preferencji, odczuć i wrażeń pobytu w hotelu zależy sukces i przewaga nad innymi hotelami. Świadomy i nowoczesny hotelarz doskonale wie że nie można sprostać coraz wyższym wymaganiom Gości bez ZAUFANEJ, PROFESJONALNEJ I KOMPETENTNEJ OBSŁUGI.

Nowoczesny hotelarz potrafi wykorzystać coraz bardziej zaawansowane rozwiązania teleinformatyczne nie tylko w pozyskaniu oraz większej ilości Gości, ale także w usprawnianiu i automatyzowaniu codziennych procesów zachodzących w hotelu. To dzięki spójnym programom komputerowym doskonale wie kto jest jego gościem i jakie są jego preferencje ale jednocześnie zarządza tą niewidoczną dla Gościa stroną hotelu – administracją, statystyką i finansami.

Nowoczesny hotelarz wykorzystuje także partnerstwo strategiczne z innymi, wyspecjalizowanymi zewnętrznymi podmiotami w zarządzaniu hotelem. Dzięki temu buduje kompetencje i profesjonalizm w poszczególnych działach hotelu jednocześnie obniżając koszty.

Wszystkie przedstawione zagadnienia oparte są na doświadczeniu w międzynarodowych sieciach hotelowych a także na kierunkowej literaturze. Należy jednak pamiętać, że opracowanie to nie jest rozwiązaniem wszystkich problemów, które mogą pojawić się w działalności hotelu, ale stanowi dobrze wywarzoną pozycję wyjściową do dalszego kształcenia i poznawania bardzo interesującego świata hoteli.



## LITERATURA

1. Praktyczne zarządzanie jakością. ALFA-WEKA, 1997,
2. Zarządzanie teoria i praktyka. Wyd. III pod redakcją A. K. Koźmińskiego i W. Piotrowskiego PWN Warszawa 1996
3. Goleman D.: Inteligencja emocjonalna. Media Rodzina. Poznań 1997
4. Goleman D.: Inteligencja emocjonalna w praktyce. Media Rodzina. Poznań 1999
5. Quien Schutz F.: Bawiąc się, poznajesz siebie – Testy. Grupa Wydawnicza Bertelsmann. Warszawa 2000
6. Tautz-Wiessner G.: Savoir-vivre w życiu. Dobre obyczaje kluczem do sukcesu. Wyd. ASTRUM, Wrocław 2000
7. Thomson P.: Sposoby komunikacji interpersonalnej. Zysk i S-ka, Poznań 1998.
8. Witkowski S. red. Psychologia sukcesu. PWN, Warszawa 1994
9. Kachniewska M.: Jak odnieść sukces w turystyce. Kultura jakości, Wydawnictwo Eurosystem, Warszawa 2002
10. Leland K., Bailey K.: Obsługa klienta. Wydawnictwo RM, Warszawa 1999
11. Birkenbihl V.F.: Vademecum psychologii społecznej. Wyd. ASTRUM, Wrocław 2000
12. Dahlggaard J.J., Kristensen K. Kanji G.K.: Podstawy zarządzania jakością. PWN, Warszawa 2000 .
13. Daszkowska M.: Usługi - produkcja, rynek, marketing. PWN, Warszawa 1998
14. Geffroy G.K.: Clienting - jedyne co przeszkadza to klient. Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1996
15. Rzczycka A. : Przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej. WSTiH Gdańsk 2006
16. Bień W. : Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa. Difin. Warszawa 2000
17. Briggs S. : Marketing w turystyce. PWE Warszawa 2003
18. Szymoniuk B.: Komunikacja marketingowa. Instrumenty i metody. PWE Warszawa 2006
19. Knowels T.: Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią. PWE Warszawa 2001
20. Rapacz A.: Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce rynkowej. Akademia Ekonomiczna Wrocław 2001

21. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.: Produkt turystyczny. PWE Warszawa 2006
22. Gaworecki W.: Turystyka. Wyd. V PWE Warszawa 2007
23. Harris P.: Planowanie zysku w hotelarstwie. PWN Warszawa 1995

## Załącznik nr 1. PLAN SZKOLENIA PRAKTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE WARMIŃSKO-MAZURSKIM

Staż zawodowy obejmuje 80 godzin realizowanych w hotelach przynajmniej 3 gwiazdkowych

Lp.	Nazwa bloku	Ilość godzin
1	<p><b>RECEPCJA HOTELOWA (SERCE HOTELU, trzon hotelu)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Znajomość systemu hotelowego typu PMS (property management system) oraz wykorzystanie jako centralnego źródła informacji (wymiana informacji między działami, integracja urządzeń i systemów z PMS)</li> <li>• Źródła pochodzenia rezerwacji ,</li> <li>• Obsługa klienta według norm (rozmowa telefoniczna, obsługa gościa przy recepcji, rozmowa w języku obcym)</li> <li>• Meldowanie</li> <li>• Wymeldowanie</li> <li>• Dokumenty księgowo (rozliczenia gości)</li> <li>• Informacja turystyczna w recepcji-znajomość atrakcji turystycznych regionu</li> <li>• Znajomość oferty hotelu (pakiety, promocje, cennik)</li> <li>• Nocny audyt – zamknięcie doby hotelowej</li> <li>• Obsługa urządzeń w recepcji: komputer, skrzynka mailowa, MS Office, przeglądarka internetowa, znajomość systemów rezerwacyjnych (GDS, YIELD management)</li> <li>• Nowoczesne podejście do gościa „gość nasz przyjaciel”</li> <li>• Savoir-vivre</li> </ul>	16
2	<p><b>ADMINISTRACJA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe wskaźniki hotelowe – zarządzanie przez cyfry</li> <li>• Nowoczesne sposoby dokonywania zamówień,</li> <li>• Przypisywanie faktur do kont księgowych</li> <li>• Kontrola raportów dobowych</li> <li>• Kontrola P&amp;L – Profit &amp; Lost –porównywanie wyników do zabudżetowanego celu</li> <li>• Organizacja czasu pracy (payroll), rozliczanie czasu pracy pracowników, nowoczesne formy zatrudniania, outsourcing (informatyzacja)</li> <li>• Wykorzystanie PMS jako centralnego źródła informacji (wymiana informacji między działami)</li> <li>• Nowoczesne systemy rozliczeń (systemy bankowe)</li> <li>• Prowadzenie ewidencji i dystrybuowanie voucherów hotelowych (marketingowych i podarunkowych)</li> <li>• Marketing w hotelu</li> </ul>	8

3	<p><b>Serwis sprząający</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesjonalne środki czystości</li> <li>• Sprzątanie pokoju według wzorca</li> <li>• Wyposażenie pokoi</li> <li>• Polityka magazynowa (magazyny na czystą i brudną bieliznę, magazyny na artykuły eksploatacyjne, magazynki chemiczne)</li> <li>• PMS jako centralny system informacji (czyszczenie pokoi przez telefon, zgłaszanie usterek)</li> <li>• Outsourcing</li> <li>• Ekologia w hotelu - dokumentacja i zasady postępowania</li> <li>• Soavoir-vivre</li> </ul>	8
4	<p><b>Konferencje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Automatyka sal konferencyjnych</li> <li>• Bezpośrednia obsługa gości konferencyjnych,</li> <li>• PMS jako centralny system informacyjny z innymi działami</li> <li>• Organizacja cateringu, przerwy kawowej</li> </ul>	8
5	<p><b>SPA - Odnowa biologiczna</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsługa klienta według norm hotelowych</li> <li>• Savoir- vivre</li> <li>• Procedura zabiegu</li> <li>• Wykorzystywanie nowoczesnych urządzeń do wykonywania zabiegów: łożka do masażu, łożka kosmetyczne, mikrodermabrazja diamentowa, peeling kawitacyjny, frezarki, autoklaw, parowniki, bodyka itp.</li> <li>• Nadzór nad prawidłowym funkcjonowaniem basenu, jacuzzi, saun</li> <li>• PMS jako centralny system informacyjny</li> <li>• Nowoczesne sposoby dokonywania zamówień,</li> <li>• Prowadzenie receptur</li> <li>• Prowadzenie magazynów (magazyn na czystą i brudną bieliznę, magazyny kosmetyczne)</li> <li>• Inwentaryzacja</li> </ul>	8
6	<p><b>KUCHNIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zasady HACCP</li> <li>• Prowadzenie polityki magazynowej FIFO, LIFO</li> <li>• Utrzymywanie standardów przyjętych przez hotel</li> <li>• Projektowanie karty od strony cyfr -foodcost (stosunek kosztu do przychodu)</li> <li>• Przyjmowanie dostaw (zachowanie łańcucha chłodniczego)</li> <li>• Kontrola jakości produktów</li> <li>• Organizacja eventów oraz imprez okolicznościowych</li> </ul>	12

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wyposażenie nowoczesnej kuchni, piece, okapy, zmywarki przemysłowe</li> <li>• Przygotowanie potraw</li> <li>• Receptury</li> </ul>	
<b>7</b>	<p><b>RESTAURACJA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obsługa gościa zgodnie z normami - „gość nasz przyjaciel”</li> <li>• Obsługa room serwis,</li> <li>• Utrzymanie czystości w restauracji</li> <li>• PMS jako centralny system rezerwacji</li> <li>• Inwentaryzacja zasobów</li> <li>• Obsługa eventów oraz przyjęć okolicznościowych</li> <li>• Zasady HACCP</li> </ul>	<b>12</b>
<b>8</b>	<p><b>Nowoczesne systemy</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• PPOŻ - centrala</li> <li>• DSO</li> <li>• Nagłośnienie sterowane centralnie</li> <li>• Oświetlenie sterowane centralnie</li> <li>• Ochrona i monitoring hotelu</li> <li>• Sieć teleinformatyczna VPN, centrala telefoniczna</li> <li>• Internet bezprzewodowy WIFI</li> <li>• Nowoczesne zamki hotelowe</li> <li>• Inteligentne systemy sterowania ogrzewaniem i wentylacją</li> </ul>	<b>8</b>

## Załącznik nr 2. PROGRAM SZKOLEŃ TEORETYCZNYCH W WOJ. PODLASKIM

Treści kształcenia	Metody i formy pracy	Środki dydaktyczne
<p>1. Trendy w hotelarstwie (rozwój bazy noclegowej; architektura obiektów turystycznych – nietypowe budowle; prasa branżowa - przegląd; portale hotelarskie – przegląd; idea eco-hoteli)</p> <p>2. Sieci i marki hotelowe (działalność Best Western, Accor, Polish Prestige Hotels&amp;Resorts)</p> <p>3. Umowy w hotelarstwie (zmiany w przepisach prawnych, regulaminy hotelowe)</p> <p>4. Odpowiedzialność prawna w hotelarstwie (rzeczy wniesione, procedury postępowania)</p>	<p>wykład ilustrowany prezentacją multimedialną</p> <p>metody aktywizujące</p> <p>dyskusja</p>	<p>komputer</p> <p>projektor multimedialny</p> <p>wzory formularzy, dokumentów,</p> <p>ustawy, rozporządzenia</p> <p>czasopisma</p> <p>strony internetowe</p> <p>foldery obiektów hotelarskich</p>
<p>1. Zadania pracowników recepcji</p> <p>Wprowadzenie i zapoznanie z działem recepcji. Omówienie zasad BHP na stanowisku pracy recepcja. Zapoznanie z hotelem. Zapoznanie z zadaniami, którymi zajmuje się recepcjonista (zmiany: poranna, popołudniowa i nocna). Rodzaje raportów sposób przekazywania zmian itp. Formy płatności. Praca z gotówką, sposoby rozpoznawania autentyczności banknotów.</p> <p>2. Savoir vivre w pracy recepcjonisty</p> <p>Omówienie savoir vivre recepcjonisty: sposób rozmowy, zachowanie , rozmowa telefoniczna, kontakt osobisty, ubiór. Obsługa gości hotelowych. Obsługa pracowników hotelu.</p> <p>3. Wyposażenie działu recepcji (obsługa urządzeń)</p> <p>Zapoznanie z urządzeniami w recepcji: podstawowe urządzenia biurowe (centrala telefoniczna, system monitoringu video, serwer systemu hotelowego, serwer internetu, system oświetlenia hotelu itp., centrala ppoż., system recepcyjny HS Pro Hott, system kodowania kart magnetycznych Inhova, terminale kart płatniczych, praca z kartami płatniczymi, charakterystyka, rodzaje, historia, zapoznanie z modułem systemu hotelowo - restauracyjnego Pro Ress, współpraca z recepcją) 5</p> <p>4. Dokumentacja recepcji</p> <p>Rodzaje raportów recepcji. Raporty dla innych działów. Dokumenty księgowe, finansowe i statystyczne. Rozliczanie kasy. Opłata uzdrowskowa. Ewidencja parkingu i minibarów. Rozliczanie gości.</p> <p>5. Obsługa systemów rezerwacyjnych</p> <p>Zapoznanie z internetowymi portalami rezerwacji na przykładzie: systemu rezerwacji Profitroom Upper, Booking com, Netmedia, CIH.</p>	<p>wykład ilustrowany prezentacją multimedialną</p> <p>metody aktywizujące</p> <p>dyskusja</p>	<p>komputer</p> <p>projektor multimedialny</p> <p>wzory formularzy, dokumentów,</p> <p>ustawy, rozporządzenia</p> <p>czasopisma</p> <p>strony internetowe</p> <p>foldery obiektów hotelarskich</p>

<p>6. Obsługa gości hotelowych (rezerwacja, przyjmowanie gości itp.) Poznanie zadań wykonywanych przez recepcjonistę (rezerwacja, check in, check out itp.) Czynności wykonywane przez recepcjonistę.</p> <p>7. Obsługa gości VIP, grup, gościa indywidualnego Omówienie sposobów obsługi gości w zależności od typu gościa (gość z walk in, gość stały, VIP). Techniki przyjmowania grup.</p> <p>8. „Trudny klient” Rozmowa z gościem. Omówienie sytuacji zaistniałych w hotelu (sposób rozmowy, wyjście z trudnej sytuacji). Sytuacje "awaryjne" (zdenerwowany gość, awaria różnego rodzaju sprzętów, brak prądu, wody).</p> <p>9. Reklamacje w hotelarstwie Podstawy prawne, postępowanie reklamacyjne.</p> <p>10. Negocjacje cenowe Umiejętność zachęcenia niezdecydowanego gościa. Rabaty, umowy z firmami. Karty rabatowe. Upselling. Zakupy grupowe.</p>		
<p>1. Struktura organizacyjna służby pięter Organizacja pracy w zależności od wielkości obiektu. Porównanie struktury organizacyjnej służby pięter małego i dużego hotelu. Przykładowe grafiki pracy pokojowych. Zadania pracowników służby pięter. Zadania kierowników. Zadania pokojowych i korytarzowych. Współpraca z pozostałymi działami w hotelu.</p> <p>2. Wyposażenie jednostek mieszkalnych Wyposażenie jednostek mieszkalnych w świetle przepisów o kategoryzacji. Wyposażenie przystosowane do obsługi gości niepełnosprawnych. Wyposażenie dodatkowe „na życzenie gościa”. Aranżacja wnętrza pokoju hotelowego</p> <p>3. Techniki sprzątania pokoju Narzędzia pracy. Kolejność czynności przy sprzątaniu jednostek mieszkalnych. Sposoby siania łóżek. Technika sprzątania łazienki. Technika sprzątania pokoju. Procedury sprzątania pokoi zajętych przez gościa. Odpowiedzialność za powierzone mienie.</p> <p>4. Obsługa gościa w części mieszkalnej Kultura obsługi. Wygląd pracowników służby pięter. Sposób komunikowania się z gościem. Rola i zadania w obsłudze gościa VIP. Savoir-vivre w kontaktach z obcokrajowcami. Rola <b>housekeepingu</b> w kształtowaniu pozytywnych i estetycznych wrażeń.</p>	<p>wykład ilustrowany prezentacją multimedialną metody aktywizujące (praca z tekstem źródłowym, instruktaż, ćwiczenia praktyczne) dyskusja</p>	<p>komputer projektor multimedialny wzory formularzy, dokumentów, instrukcji czasopisma strony internetowe</p>
<p>1. Aranżacja oraz wyposażenie sal konferencyjnych - teatralne (kinowe), szkolne (klasowe), podkowa- wspólny stół, bankietowe- wspólny stół, koktajlowe. Wyposażenie sal konferencyjnych.</p> <p>2. Obsługa centrum biznesu.</p>	<p>wykład ilustrowany prezentacją multimedialną metody aktywizujące dyskusja</p>	<p>komputer projektor multimedialny wzory formularzy, dokumentów, ustawy, rozporządzenia</p>

Główne zadania centrum biznesu. Organizacja konferencji, spotkań biznesowych oraz innych uroczystości.		czasopisma strony internetowe foldery obiektów hotelarskich
1. Współpraca z pilotami wycieczek (zadania i obowiązki pilotów wycieczek, przewodników turystycznych) 2. Obsługa grup turystycznych (procedury, dokumenty: rooming list, vouchery)	wykład ilustrowany prezentacją multimedialną metody aktywizujące dyskusja	komputer projektor multimedialny wzory formularzy, dokumentów, ustawy, rozporządzenia
1. Obsługa klienta indywidualnego, hotelowego, imprezy firmowe Usługi gastronomiczne (rodzaje usług gastronomicznych, rodzaje zakładów gastronomicznych, które występują w hotelach i innych obiektach hotelarskich – opis poszczególnych zakładów). Podstawowe zasady nakrywania stołu. Obsługa gości korzystających tylko z restauracji. Obsługa gości hotelowego w restauracji. Gość hotelowy w pokoju – room service. Obsługa imprez firmowych (rodzaje imprez okolicznościowych, asortyment potraw w zależności od rodzaju imprezy). System rozliczeń. 2. Współpraca z innymi działami. 3. Catering Pojęcie cateringu. Sprzęt potrzebny do realizacji zamówienia. Obsługa przyjęć cateringowych. System rozliczeń.	wykład ilustrowany prezentacją multimedialną metody aktywizujące (pokaz) ćwiczenia	komputer projektor multimedialny filmy dydaktyczne symulacje komputerowe wyszukiwarka WWW zastawa stołowa
1. SPA&wellness Zapoznanie ze SPA (oferta SPA, rodzaje zabiegów, wyposażenie pomieszczeń, urządzenia). Recepcja SPA: organizacja pracy, wykonywane zadania. Pion rekreacyjny.	wykład ilustrowany prezentacją multimedialną metody aktywizujące dyskusja	komputer projektor multimedialny czasopisma strony internetowe foldery obiektów hotelarskich
1. Marketing usług hotelarskich. Kanały dystrybucji (bezpośredni / pośredni, wąski / szeroki, krótki / długi). Programy lojalnościowe.	wykład ilustrowany prezentacją multimedialną metody aktywizujące dyskusja	komputer projektor multimedialny wzory formularzy, dokumentów, instrukcji czasopisma strony internetowe foldery obiektów hotelarskich



### Załącznik nr 3. PROGRAM STAŻY W WOJEWÓDZTWIE PODLASKIM

DZIAŁ HOTELOWY	Tematyka	Program	Umiejętności
RECEPCJA	<p>1. Zadania pracowników recepcji Wprowadzenie i zapoznanie z działem recepcji. Omówienie zasad BHP na stanowisku pracy recepcja. Zapoznanie z hotelem. Zapoznanie z zadaniami, którymi zajmuje się recepcjonista (zmiany: poranna, popołudniowa i nocna). Rodzaje raportów sposób przekazywania zmian itp. Formy płatności. Praca z gotówką, sposoby rozpoznawania autentyczności banknotów.</p> <p>2. Savoir vivre w pracy recepcjonisty Omówienie savoir vivre recepcjonisty: sposób rozmowy, zachowanie, rozmowa telefoniczna, kontakt osobisty, ubiór. Obsługa gości hotelowych. Obsługa pracowników hotelu.</p> <p>3. Wyposażenie działu recepcji (obsługa urządzeń) Zapoznanie z urządzeniami w recepcji: podstawowe urządzenia biurowe (centrala telefoniczna, system monitoringu video, serwer systemu hotelowego, serwer internetu, system oświetlenia hotelu itp., centrala p/poż, system recepcyjny HS Pro Hott, system kodowania kart magnetycznych Inhova, terminale kart płatniczych, praca z kartami płatniczymi, charakterystyka, rodzaje, historia, zapoznanie z modułem systemu hotelowo – restauracyjnego Pro Ress, współpraca z recepcją)</p> <p>4. Dokumentacja recepcji Rodzaje raportów recepcji. Raporty dla innych działów. Dokumenty księgowe, finansowe i statystyczne. Rozliczanie kasy. Opłata uzdrowskowa. Ewidencja parkingu i minibarów. Rozliczanie gości.</p>	<p>systemy rezerwacji i meldowania gości indywidualnych oraz grup, dokumentacja recepcji, instrukcje, regulaminy, zarządzenia, przyjmowanie zamówień, wykonywanie wszystkich czynności związanych z zameldowaniem gości, przedłużanie pobytu, skracanie pobytu, zamiana pokoju, prowadzenie dokumentacji w zakresie dysponowania miejscami, organizacja pracy kasy hotelowej oraz rodzaje dokumentacji, organizacja pracy recepcji (schemat organizacyjny, harmonogramy, regulaminy oraz instrukcje odnośnie pracy w recepcji), udzielanie informacji - punkt IT, materiały informacyjne, organizacja i technika pracy centrali telefonicznej, (wykonywanie zleceń gości, obsługa centrali, poczty elektronicznej), kultura obsługi gości, współpraca recepcji z innymi komórkami organizacyjnymi zakładu hotelarskiego, przyjmowanie depozytów od gości i prowadzenie wymaganej w tym zakresie dokumentacji, organizacja świadczenia różnego typu usług dodatkowych, korespondencja dla gościa - zasady</p>	<p>prowadzenie dokumentacji recepcji, obsługa urządzeń technicznych, praca na stanowiskach obsługi parterowej, obsługa zaawansowanych systemów recepcyjnych</p>

	<p>5. Obsługa systemów rezerwacyjnych Zapoznanie z internetowymi portalami rezerwacji na przykładzie: systemu rezerwacji Profitroom Upper, Booking com, Netmedia, CIH.</p> <p>6. Obsługa gości hotelowych (rezerwacja, przyjmowanie gości itp.) Poznanie zadań wykonywanych przez recepcjonistę (rezerwacja, check in, check out itp.) Czynności wykonywane przez recepcjonistę.</p> <p>7. Obsługa gości VIP, grup, gościa indywidualnego Omówienie sposobów obsługi gości w zależności od typu gościa (gość z walk in, gość stały, VIP). Techniki przyjmowania grup.</p> <p>8. „Trudny klient” Rozmowa z gościem. Omówienie sytuacji zaistniałych w hotelu (sposób rozmowy, wyjście z trudnej sytuacji). Sytuacje "awaryjne" (zdenerwowany gość, awaria różnego rodzaju sprzętów, brak prądu, wody).</p> <p>9. Reklamacje w hotelarstwie Podstawy prawne, postępowanie reklamacyjne.</p> <p>10. Negocjacje cenowe Umiejętność zachęcenia niezdecydowanego gościa. Rabaty, umowy z firmami. Karty rabatowe. Upselling. Zakupy grupowe. Obsługa spotkań biznesowych. Obsługa centrum biznesu. Obsługa grup turystycznych</p>	<p>postępowania. recepcja służby parterowej (przechowalnia bagażu, utrzymanie ładu i porządku w zakładzie hotelarskim i przed wejściem głównym),</p>	
SŁUŻBA PIĘTER	<p>1. Struktura organizacyjna służby pięter Organizacja pracy w zależności od wielkości obiektu. Porównanie struktury organizacyjnej służby pięter małego i dużego hotelu. Przykładowe grafiki pracy pokojowych. Zadania pracowników służby pięter. Zadania kierowników. Zadania pokojowych i korytarzowych. Współpraca z pozostałymi działami w hotelu.</p> <p>2. Wyposażenie jednostek mieszkalnych Wyposażenie jednostek mieszkalnych w świetle przepisów o kategoryzacji. Wyposażenie</p>	<p>układ funkcjonalny i komunikacyjny zakładu hotelarskiego, jednostek mieszkalnych, części gospodarczych, pomieszczeń użytku ogólnego, wyposażenie jednostek mieszkalnych różnych typów, system i technika sprzątania jednostek mieszkalnych, pomieszczeń sanitarnych kolejność czynności przy sprzątaniu, narzędzia pracy - środki czystości, dezynfekcja, deratyzacja, obieg bielizny hotelowej,</p>	<p>posługiwanie się środkami pracy w pomieszczeniu noclegowym, prawidłowe sprzątnięcie jednostki mieszkalnej, prawidłowe postępowanie w ramach ochrony mienia gościa,</p>

	<p>przystosowane do obsługi gości niepełnosprawnych. Wyposażenie dodatkowe „na życzenie gościa”. Aranżacja wnętrza pokoju hotelowego.</p> <p>3. Techniki sprzątanego pokoju Narzędzia pracy. Kolejność czynności przy sprzątanu jednostek mieszkalnych. Sposoby stania łózek. Technika sprzątanego łazienki. Technika sprzątanego pokoju. Procedury sprzątanego pokoi zajętych przez gościa. Odpowiedzialność za powierzone mienie.</p> <p>4. Obsługa gościa w części mieszkalnej Kultura obsługi. Wygląd pracowników służby pięter. Sposób komunikowania się z gościem. Rola i zadania w obsłudze gościa VIP. Savoir-vivre w kontaktach z obcokrajowcami. Rola houskeepingu w kształtowaniu pozytywnych i estetycznych wrażeń.</p>	<p>przepisy BHP. p. póź. - odpowiedzialność za życie i zdrowie gościa, postępowanie z rzeczami zagubionymi, pozostawionymi przez gościa lub przez niego zniszczonymi, współpraca służby pięterowej z recepcją, pralnią, działem technicznym, działem administracyjno-gospodarczym, stosunek pracowników służby pięterowej do gościa - kultura obsługi, pomieszczenia magazynowe środków czystości, bielizny, pościeli, drobnego sprzętu, narzędzi pracy, system prowadzenia magazynu podręcznego, regulamin gościa, nietykalność rzeczy gości, zasady postępowania i udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku zaistniałego w części noclegowej zakładu hotelarskiego.</p>	
GASTRONOMIA	<p>Obsługa klienta indywidualnego, hotelowego, imprezy firmowe</p> <p>Usługi gastronomiczne (rodzaje usług gastronomicznych, rodzaje zakładów gastronomicznych, które występują w hotelach i innych obiektach hotelarskich – opis poszczególnych zakładów). Podstawowe zasady nakrywania stołu.</p> <p>Obsługa gości korzystających tylko z restauracji.</p> <p>Obsługa gości hotelowego w restauracji. Gość hotelowy w pokoju – room service. Obsługa imprez firmowych (rodzaje imprez okolicznościowych, asortyment potraw w zależności od rodzaju imprezy). System rozliczeń.</p> <p>Współpraca z innymi działami.</p> <p>Catering</p> <p>Pojęcie cateringu. Sprzęt potrzebny do realizacji zamówienia. Obsługa przyjęć cateringowych. System rozliczeń.</p>	<p>organizacja pracy na sali restauracyjnej, w bufecie, cocktail-barze, itp., obowiązki kierownika sali, kelnerów, bufetowych, barmanów, przygotowanie sali konsumpcyjnej, zapoznanie się z techniką i organizacją pracy przy obsłudze gościa indywidualnego i gościa grupowego, zapoznanie się z techniką podawania i nalewania napojów alkoholowych i bezalkoholowych, organizacja bufetu śniadaniowego i podawanie śniadań, zapoznanie się z techniką podawania dań głównych, przystawek, deserów, zapoznanie się z techniką pracy w bufecie, zapoznanie się z techniką pracy oraz organizacją przyjęć okolicznościowych,</p>	<p>prawidłowe nakrycie stołu, prawidłowe podawanie i serwowanie potraw i napojów, organizacja przyjęć okolicznościowych,</p>

		cateringowych, plenerowych.	
USŁUGI DODATKOWE	Zapoznanie ze SPA (oferta SPA, rodzaje zabiegów, wyposażenie pomieszczeń, urządzenia). Recepcja SPA: organizacja pracy, wykonywane zadania. Pion rekreacyjny.	zapoznanie z ofertą zabiegową SPA zapoznanie z techniką wykonywania zabiegów i urządzeniami do wykonywania zabiegów zapoznanie z normami higieniczno-sanitarnymi wyposażenie SPA	obsługa gościa zgodnie z normami hotelowymi, rozpoznanie urządzeń do zabiegów, rozliczenie usługi przedstawić podstawową ofertę SPA
MARKETING USŁUG HOTELARSKICH	Kanały dystrybucji (bezpośredni / pośredni, wąski / szeroki, krótki / długi). Programy lojalnościowe, zadania działu marketingu.	zapoznanie z działaniami marketingowymi (tworzenie ofert, kontakty z mediami, reklama obiektu) zapoznanie z przyjęciem i realizacją zamówień zapoznanie z podstawowymi zasadami korespondencji z klientem aranżacja i wyposażenie sali konferencyjnej obsługa konferencji dokumentacja rezerwacji	tworzenie i wycena oferty konferencyjnej obsługa techniczna sprzętu ustawienia stołów w różnych konfiguracjach