ORGANIZACJA SPOTKAŃ BIZNESOWYCH I KONFERENCJI

Beata Sawicka
Ewa Świstak

Podręcznik dla uczniów
szkół kształcących w zawodzie
TECHNIK HOTELARSTWA

ab FORMAT

Autorki rozdziałów:
Beata Sawicka 1.1, 1.2, 2.1 (wspólnie), 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 5.1, 5.2, 5.3, 6.1, 7.2, 8 (wspólnie), 9 (wspólnie), 10 (wspólnie), 11 (wspólnie), 12.1, 12.3 (wspólnie), 13 (wspólnie)
Ewa Świstak 2.1 (wspólnie), 2.2, 2.3, 6.2, 6.3, 7.1, 8 (wspólnie), 9 (wspólnie), 10 (wspólnie), 11 (wspólnie), 12.2, 12.3 (wspólnie), 13 (wspólnie)

Zdjęcia
©Adobe Stock

Zdjęcie na okładce
©Adobe Stock

Opracowanie graficzne i techniczne
Beata Gałązka

Nr wydawniczy:

Rok wydania: 2022

ISBN:

Wydanie I

© Copyright by FORMAT-AB, Warszawa 2022
Kopiowanie lub powielanie w jakiejkolwiek formie bez pisemnej zgody wydawcy zabronione.

Wydawca
Wydawnictwo FORMAT-AB

Druk i oprawa

Spis treści

1. Wprowadzenie w problematykę organizacji spotkań biznesowych i konferencji... 6
1.1. Turystyka a turystyka biznesowa – podstawowe pojęcia 6
1.2. MICE – przemysł spotkań 11

2. Rynek spotkań biznesowych i konferencji 14
2.1. Uczestnicy rynku spotkań 14
2.2. Przemysł spotkań na rynku międzynarodowym i krajowym 17
2.3. Zróżnicowanie terytorialne przemysłu spotkań w Polsce 23

3. Klienci biznesowi 26
3.1. Pojęcie klienta biznesowego 26
3.2. Segmentacja klientów biznesowych 29
3.3. Potrzeby i oczekiwania klientów biznesowych 32
3.4. Zasady obsługi klienta biznesowego 34

4. Przepisy prawne w branży MICE 39
4.1. Przepisy prawa wykorzystywane przez organizatorów spotkań biznesowych i konferencji 39
4.2. Przepisy prawne dotyczące rozliczania podróży służbowych 43
4.3. Umowy świadczenia usług 46
4.3.1. Pojęcie umowy i rodzaje umów 46
4.3.2. Tryb ofertowy zawierania umów 48
4.3.3. Tryb aukcyjny i przetargowy zawierania umów 51
4.3.4. Tryb negocjacyjny zawierania umów 53
4.4. Sporządzanie umowy na wykonanie usługi organizacji spotkania biznesowego lub konferencji 58

5. Planowanie spotkania biznesowego 63
5.1. Cele organizacji spotkań biznesowych 63
5.2. Wybór organizatora spotkania biznesowego lub konferencji 65
5.3. Wybór lokalizacji, miejsca i terminu spotkania biznesowego lub konferencji ... 66

6. Przygotowanie hotelu do organizacji spotkań biznesowych i konferencji 75
6.1. Fazy organizacji spotkań biznesowych i konferencji w hotelu 75

6.2. Zespół wielofunkcyjny w hotelu: budowa, aranżacja sal i ich wyposażenie 78
6.3. Pozostałe usługi świadczone uczestnikom spotkań i konferencji..... 87

7. Rodzaje i charakterystyka spotkań biznesowych..... 95
7.1. Indywidualne podróże służbowe 95
7.2. Wybrane spotkania biznesowe 99

8. Konferencje i kongresy 105

9. Targi i wystawy 114

10. Podróże motywacyjne 121

11. Eventy..... 125

12. Promocja spotkań biznesowych i konferencji 130
12.1. Instrumenty, środki i narzędzia promocji 130
12.2. Promocja Polski jako organizatora spotkań biznesowych i konferencji..... 132
12.3. Wybrane działania promocyjne hoteli jako organizatorów spotkań biznesowych i konferencji.....134

13. Kontrola jakości świadczonych usług 139

14. Literatura 146