

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Rozdział 1. Wyjaśnienie podstawowych pojęć	7
1.1. Istota i funkcjonowanie gospodarki rynkowej	8
1.2. Przedsiębiorca i przedsiębiorstwo	17
1.3. Prawo podatkowe i konsekwencje jego nieprzestrzegania	25
1.4. Prawo pracy i konsekwencje jego nieprzestrzegania	35
1.5. Ochrona danych osobowych i konsekwencje jej nieprzestrzegania	45
1.6. Prawo autorskie i konsekwencje jego nieprzestrzegania	48
Rozdział 2. Działalność gospodarcza w gastronomii	53
2.1. Przepisy prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej i konsekwencje ich nieprzestrzegania	54
2.2. Przedsiębiorstwa i instytucje w branży gastronomicznej	62
2.3. Otoczenie przedsiębiorstwa gastronomicznego	72
2.4. Marketing mix. Dobór działań marketingowych do prowadzonej działalności	85
2.5. Procedura rejestracji działalności gospodarczej	91
2.6. Formy organizacyjnoprawne działalności gospodarczej	97
2.7. Dokumenty niezbędne do uruchomienia i prowadzenia działalności gospodarczej	104
2.8. Formy opodatkowania	128
2.9. Biznesplan	136
Rozdział 3. Uwarunkowania pracownicze działalności gospodarczej	143
3.1. Zarządzanie zasobami ludzkimi	144
3.2. Kultura i etyka zawodowa	153
3.3. Odpowiedzialność pracowników i tajemnica zawodowa	160
3.4. Stres zawodowy	166
3.5. Rozwój zawodowy pracowników	173
3.6. Komunikacja wewnątrz zespołu	181
3.7. Negocjacje i rozwiązywanie konfliktów	188
Rozdział 4. Organizacja wewnętrzna działalności gospodarczej	197
4.1. Organizacja pracy biurowej z zastosowaniem zasad ergonomii oraz bezpieczeństwa i higieny pracy	198

4.2. Urządzenia biurowe – dobór i obsługa	205
4.3. Pisma związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	211
4.4. Ogólne zasady formułowania pism	215
4.5. Wykorzystanie internetu w działalności gospodarczej	222
4.6. Programy komputerowe wspomagające prowadzenie działalności gospodarczej	231
Rozdział 5. Koszty i przychody w działalności gastronomicznej	243
5.1. Przedsiębiorstwa gastronomiczne na różnych poziomach rynku	244
5.2. Czynniki kształtujące wielkość sprzedaży w zakładzie gastronomicznym	250
5.3. Popyt na usługi gastronomiczne i czynniki go kształtujące	259
5.4. Analiza działań prowadzonych przez przedsiębiorstwa konkurencyjne	266
5.5. Przychody i koszty w działalności gastronomicznej oraz ich wpływ na wynik finansowy	272
5.6. Kształtowanie kosztów działalności gastronomicznej	278
Rozdział 6. Kontrahenci i klienci zakładów gastronomicznych	289
6.1. Sposoby zaopatrzenia zakładu gastronomicznego	290
6.2. Proces zaopatrzenia zakładu gastronomicznego	296
6.3. Organizacja współpracy z kontrahentami w zakresie zaopatrzenia	302
6.4. Współpraca zakładu gastronomicznego z innymi podmiotami	309
6.5. Potrzeby i preferencje klientów zakładów gastronomicznych	316
6.6. Sposoby badania potrzeb i preferencji klientów	323
Literatura	337
Skorowidz	339