



**Галаган В. Я.**

Німецька мова туризму та готельного господарства = Deutsch für Tourismus und Hotellerie : навч. посіб. / В. Я. Галаган. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. – 464 с.

ISBN 978-966-629-900-3

Навчальний посібник «Німецька мова туризму та готельного господарства» призначений для студентів, що навчаються за спеціальністю «Менеджмент», спеціалізаціями «Туристичний менеджмент» та «Готельний і ресторанний менеджмент», а також для аспірантів та працівників сфери туризму, які мають німецькомовних контрагентів з господарських операцій та споживачів послуг. Посібник сприяє вивченню німецької мови ділового призначення, що використовується у сфері туризму та готельного господарства.

готельного господарства.

Метою навчального посібника є розвиток практичних навичок читання та перекладу оригінальних текстів за фахом, формування навичок професійно орієнтованого мовлення на базі опрацьованого матеріалу.

**Зам. 489/18.**

**Ціна 110,00 грн.**

## INHALTSVERZEICHNIS

Вступ ..... 3

### I. TEIL *TOURISMUS*

Einführung ..... 5

#### *Historische Entwicklung des Tourismus*

I. Altertum. Mittelalter. Auklärung ..... 8

II. Tourismus bei der Industrialisierung ..... 13

#### *Das Phänomen Tourismus*

I. Angebotsseitige und nachfrageseitige Definitionen und Abgrenzung des Phänomens Tourismus ..... 20

II. Tourismusbegriff ..... 27

#### *Touristik-Marketing*

I. Die Entwicklung des Touristik-Marketing ..... 34

II. Die Informationsgrundlagen für das Touristik-Marketing ..... 42

#### *Tourismussektor*

I. Einführender Überblick ..... 48

II. Definition der Tourismusnachfrage ..... 54

III. Touristischer Konsum ..... 60

IV. Nachfrage ..... 68

#### *Destination*

I. Destination als Wettbewerbseinheit im Tourismus .....	74
II. Destination.....	80
III. Leistungselemente einer Destination.....	86
IV. Planungskonzepte auf Destinationsebene .....	90
<b>Reisemittlung</b>	
I. Definition und Funktionen .....	95
II. Grundkonfiguration des Systems Reisemittlung .....	105
III. Abgrenzung von Reiseveranstalter und Reisebüro .....	111
<b>Qualität im Tourismus</b>	
I. Das Phänomen Qualität .....	116
II. Qualität in Tourismus.....	120
III. Servicequalität .....	126
<b>Management</b>	
I. Der Begriff Qualitätsmanagement.....	135
II. Grundsätze des Qualitätsmanagement .....	142
III. Gästeorientierung. Ermittlung der Gästeerwartungen .....	147
<b>Reklamationsmanagement</b>	
I. Reklamationsmanagement. Bedeutung von Reklamationen.....	156
II. Umgang mit Reklamationen .....	163
III. Mitarbeiterorientierung .....	172
<b>Das Umfeldsystem</b>	
I. Definition und Abgrenzung.....	177
II. Die Folgen des Massentourismus .....	183
III. Pass- und Zollkontrolle .....	187
<b>II. TEIL HOTELLERIE</b>	
<b>Hotel-Marketing</b>	
I. Begriff und Bedeutung des Hotel-Marketings.....	195
II. Marketingkonzeption .....	207
<b>Kooperationen in der Hotelbranche</b>	
I. Hotelkooperationen.....	208
<b>Distributionspolitik</b>	
I. Distributionspolitik .....	215
II. Direkte Distribution .....	227
III. Indirekte Distribution.....	236
<b>Reservierungen</b>	
I. Reservierungen .....	244
<b>Der Standort</b>	
I. Die Bedeutung des Standortes für Hotelbetriebe .....	252
II. Die Komplementariät des touristischen Angebotes und das Primat des Reiseziels .....	260
III. Die Analyse des Beherbergungsangebotes .....	268
<b>Das Marktkonzept von Hotelbetrieben</b>	

I. Das Marktkonzept von Hotelbetrieben .....	274
<b>Marktsegmente für den Beherbergungsbereich</b>	
I (A). Der Urlaubsreiseverkehr .....	288
I (B). Der Geschäftsreiseverkehr .....	289
<b>Betriebsarten und Betriebstypen des Gastgewerbes</b>	
I. Betriebsarten und Betriebstypen des Gastgewerbes.....	297
II. Betriebsarten des Beherbergungsgewerbes .....	298
III (A). Betriebstypen der Hotellerie .....	306
III (B). Betriebstypen der Hotellerie (Fortsetzung).....	307
<b>Die gastgewerbliche Leistung als Dienstleistung</b>	
I. Die gastgewerbliche Leistung.....	315
II. Der Dienstleistungscharakter der gastgewerblichen Leistungen.....	323
<b>Beherbergungsbereich</b>	
I (A). Check-in – Anreise.....	331
I (B). Check-out – Abreise .....	333
<b>Die personellen Dienstleistungen im Beherbergungsbereich</b>	
I. Die Empfangsabteilung .....	349
II. Die Hausdamenabteilung .....	356
III (A). Die Gästezimmer .....	361
III (B). Die Gästezimmer (Fortsetzung) .....	368
<b>Verkauf</b>	
I. Aufgaben der Verkaufsabteilung.....	377
<b>Kommunikationspolitik</b>	
I (A). Public Relations .....	381
I (B). Public Relations (Fortsetzung).....	387
II. Image .....	395
III. Verkaufsförderung.....	401
IV. Werbung .....	407
V (A). Arten der Werbung.....	413
V (B). Arten der Werbung (Fortsetzung).....	422
VI. Werbemedien .....	429
Anlage. Schriftverkehr .....	437
Quellen.....	460