



**UNIWERSYTET  
WSB MERITO  
GDAŃSK**

Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku

Wydział Biznesu

Program studiów

Dla kierunku

„Turystyka i rekreacja”

Studia Drugiego Stopnia- studia hybrydowe

Studia: stacjonarne/ niestacjonarne

Profil: praktyczny

**I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW**

<b>nazwa kierunku studiów</b>	<b>Turystyka i rekreacja</b>	
<b>Poziom kształcenia</b> (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	<b>Studia drugiego stopnia- studia hybrydowe</b>	
<b>Profil kształcenia</b>	praktyczny	
<b>Forma studiów</b> stacjonarne/niestacjonarne	<b>stacjonarne/niestacjonarne</b>	
<b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>	<b>4 semestry</b>	
<b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>	<b>100 ECTS</b>	
<b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>	<b>Studia stacjonarne</b> <b>1264 h</b>	<b>Studia niestacjonarne</b> <b>962 h</b>
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>	<b>magister</b>	
<b>Wymiar praktyk zawodowych.</b>	<b>480 h</b>	
<b>Język prowadzenia studiów</b>	<b>polski</b>	
<b>Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>	<b>2024/2025</b>	

**II. EFEKTY UCZENIA SIĘ**

<b>Symbol efektu</b>	<b>Opis efektów uczenia się</b>	<b>Kod uniwersalnej charakterystyki</b>
<b>Wiedza absolwent zna i rozumie</b>		
T2_W01	w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych	P7S_WG
T2_W02	w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystyką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych	P7S_WG
T2_W03	w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich	P7S_WG P7S_WK

T2_W04	w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny	P7S_WG P7S_WK
T2_W05	w pogłębionym stopniu zasady planowania turystyki aktywnej w plenerze, wie jak wykorzystać lokalne walory przyrodnicze dla uatrakcyjnienia oferty turystycznej.	P7S_WG P7S_WK
T2_W06	w pogłębionym stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystyki i rekreacji, czym jest turystyka zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności rekreacyjnej z nią powiązane	P7S_WG P7S_WK
T2_W07	w rozszerzonym zakresie temat finansowania podejmowanych przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych z wykorzystaniem źródeł prywatnych i publicznych, zgodnie z normami prawnymi.	P7S_WG P7S_WK
T2_W08	w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.	P7S_WG P7S_WK
T2_W09	w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego	P7S_WG P7S_WK
<b>Umiejętności absolwent potrafi</b>		
T2_U01	rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji	P7S_UW
T2_U02	wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego	P7S_UW
T2_U03	przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej	P7S_UW
T2_U04	identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich	P7S_UW
T2_U05	zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.	P7S_UW P7S_UO P7S_UK
T2_U06	planować, przeprowadzać i realizować formy animacji czasu wolnego dla dzieci/ młodzieży, osób dorosłych, osób starszych, turystów zagranicznych	P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_UU
T2_U07	przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej	P7S_UW P7S_UO P7S_UU
T2_U08	analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.	P7S_UW P7S_UU
T2_U09	potrafi zastosować analizę (finansową, organizacyjną, strategiczną) dla przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego	P7S_UW P7S_UU
T2_U10	analizować zjawiska gospodarcze zachodzące w regionie poszukując rozwiązań pozytywnych w kontekście racjonalnej kombinacji rozwoju ekonomicznego, społecznego i środowiskowego.	P7S_UW P7S_UU

T2_U11	analizować informacje rynkowe i przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju w różnych perspektywach czasowych	P7S_UW P7S_UU
T2_U12	posługiwać się co najmniej jednym językiem obcym (w tym jednym minimum na poziomie B2+)	P7S_UK P7S_UU
T2_U13	korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych	P7S_UW P7S_UU
<b>Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do</b>		
T2_K01	uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.	P7S_KK
T2_K02	propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne	P7S_KO P7S_KR
T2_K03	rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy	P7S_KK P7S_KR
T2_K04	podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym	P7S_KO P7S_KR
T2_K05	podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych	P7S_KO P7S_KR

### **III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZLAŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIĄJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW**

#### **A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA**

Symbol efektu/Nazwa przedmiotu	T2_W01	T2_W02	T2_W03	T2_W04	T2_W05	T2_W06	T2_W07	T2_W08	T2_W09	T2_U01	T2_U02	T2_U03	T2_U04	T2_U05	T2_U06	T2_U07	T2_U08	T2_U09	T2_U10	T2_U11	T2_U12	T2_U13	T2_K01	T2_K02	T2_K03	T2_K04	T2_K05
Przywództwo i motywacja w turystyce oraz rekreacji	X			X	X						X			X									X		X		
Zarządzanie destynacją turystyczną		X		X		X		X			X	X					X		X	X				X			
Metodologia badań naukowych	X									X													X				
Zarządzanie jakością w turystyce i rekreacji		X							X				X									X				X	X
Ekonomia współdzielenia w turystyce						X		X											X				X	X			
Zarządzanie strategiczne w turystyce	X			X				X				X	X											X	X		
Zrównoważony rozwój w turystyce			X	X	X	X				X		X						X					X		X	X	X
Animacja czasu wolnego		X			X	X								X	X								X	X			
Język obcy branżowy		X																			X				X		
Marka i branding w turystyce	X								X		X	X				X						X	X	X			
Regiony turystyczne Europy	X	X	X		X	X		X	X		X				X				X					X			
Analiza finansowa w turystyce	X							X						X	X							X	X		X	X	
Trendy i innowacje w turystyce oraz rekreacji				X													X						X				
Seminarium dyplomowe	X								X	X									X	X			X			X	
General Electives			X	X					X		X			X	X							X			X		
Praktyka zawodowa	X	X	X							X		X								X		X			X		X
Systemy informatyczne w turystyce									X													X			X		
Ekologia w turystyce	X	X	X		X							X														X	
Nowe media w turystyce	X		X				X									X	X						X				
Marketing w turystyce i hotelarstwie	X	X	X	X					X		X					X				X		X	X	X			
Rynki i trendy w hotelarstwie	X				X	X					X				X												X
Specyfika pracy menedżera w turystyce i hotelarstwie				X										X												X	
Systemy franchisingowe w turystyce i hotelarstwie	X			X										X								X	X			X	X
Zarządzanie sprzedażą w turystyce i hotelarstwie				X													X										X
Zarządzanie obiektami hotelowymi	X										X												X				

Zarządzanie projektami w turystyce i hotelarstwie	x				x					x			x								x		x				
Marketing internetowy i mobilny	x	x	x	x											x		x	x					x	x			
Strony internetowe jako narzędzie marketingu i e-commerce	x							x	x	x	x		x											x			
Systemy rezerwacyjne i e-technologie w sektorze turystycznym		x							x		x				x								x		x		
Sprzedażowe narzędzia e-commerce produktów turystycznych	x								x		x				x											x	
Prawo nowych technologii			x						x	x					x										x		
Podstawy turystyki doświadczeń	x			x							x				x										x		
Storytelling i narracja w turystyce		x								x	x				x										x		
Marketing doświadczeń i emocji				x					x						x	x									x		
Zarządzanie jakością i satysfakcją klienta w turystyce		x		x									x	x											x	x	
Psychologia turystyki i zachowań konsumentów		x																									
Zarządzanie wydarzeniami i atrakcjami turystycznymi		x	x			x						x	x												x	x	x
Projektowanie doświadczeń turystycznych		x						x							x	x										x	

## B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
Przywództwo i motywacja w turystyce oraz rekreacji	Celem zajęć jest zapoznanie studenta z tradycyjnymi i nowoczesnymi teoriami i podejściami do motywacji oraz przywództwa. Zapoznanie z możliwościami i narzędziami podnoszenia motywacji członków organizacji. Przystwojenie wiedzy na temat teorii władzy i przywództwa oraz stylów zarządzania i wynikających z nich zalet oraz wad, jak i możliwości zastosowania. Zapoznanie studentów z formami i metodami kreowania przywódców. Koncepcja zarządzania przez cele. Kompetencje przywódcy i menadżera. Rozwój pracowników. Style przywództwa.	T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych T2_W05 w pogłębiony stopniu zasady planowania turystyki aktywnej w plenerze, wie jak wykorzystać lokalne walory przyrodnicze dla uatrakcyjnienia oferty turystycznej. T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania. T2_U02 wykorzystała posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności. T2_K03 rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy
Zarządzanie destynacją turystyczną	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawami wiedzy z zakresu zjawisk i procesów przebiegających w zarządzaniu	T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna

	<p>według określonych metod i technik. Zaznajomienie studentów z najważniejszymi zmianami w zakresie zarządzania destynacją turystyczną. Zapoznanie studentów z możliwością stworzenia bazy wyjściowej dla praktycznych zastosowań poszczególnych systemów zarządzania w firmach turystycznych a zwłaszcza nowoczesnego systemu zarządzania jakością w obsłudze destynacji turystycznej.</p> <p>Destynacja turystyczna: pojęcie, rodzaje, specyfika funkcjonowania</p> <p>Polityka turystyczna na różnych szczeblach administracji</p> <p>Organizacja turystyki w Polsce: NTO, NTA</p> <p>Międzynarodowe organizacje turystyczne</p> <p>DMO - pojęcie, główne zadania</p> <p>Polska Organizacja Turystyczna - definicja, zadania</p> <p>Regionalne Organizacje Turystyczne - definicja, zadania</p> <p>Lokalne Organizacje Turystyczne - definicja, zadania</p>	<p>terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_W06 w pogłębionym stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym, czym jest turystyka zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności turystycznej z nią powiązane</p> <p>T2_W08 w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej.</p> <p>T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.</p> <p>T2_U10 analizować zjawiska gospodarcze zachodzące w regionie</p> <p>poszukując rozwiązań pozytywnych w kontekście racjonalnej kombinacji rozwoju ekonomicznego, społecznego i środowiskowego.</p> <p>T2_U11 analizować informacje rynkowe i przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju w różnych perspektywach czasowych</p> <p>T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla</p> <p>rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne</p>
<p>Metodologia badań naukowych</p>	<p>Celem zajęć jest przygotowanie do prowadzenia badań naukowych w zakresie swojej specjalności. Przygotowanie w zakresie sporządzania manuskryptów publikacji naukowych.</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania</p>



	<p>Metody stosowane w badaniach naukowych</p> <p>Procedury przygotowywania pracy naukowej: przegląd literatury, formułowanie problemu naukowego, formułowanie pytań badawczych, hipotez badawczych, celów badań, dobór metod naukowych służących weryfikacji hipotezy badawczej, formułowanie wniosków</p> <p>Zawartość poszczególnych części pracy: wstępu, rozwinięcia, zakończenia, spisu literatury</p> <p>Definiowanie problemu badawczego, celów badawczych, praca z literaturą, zbieranie danych empirycznych, wymogi edycyjno-redakcyjne pracy naukowej</p>	<p>i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_U01 rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p>
Zarządzanie jakością w turystyce i rekreacji	<p>Celem zajęć jest zapoznanie studentów z zasadami i narzędziami zarządzania jakością. Ukształtowanie umiejętności z zakresu stosowania narzędzi i metod zarządzania jakością oraz dokumentowania systemów zarządzania jakością w turystyce. Nabycie podstawowej wiedzy z zakresu obligatoryjnych i dobrowolnych systemów zapewnienia jakości stosowanych w turystyce. Nabycie praktycznej umiejętności sporządzania dokumentacji systemów zarządzania jakością. Ukształtowanie umiejętności z zakresu stosowania narzędzi i metod zarządzania jakością oraz dokumentowania systemów zarządzania jakością.</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_U04 identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich.</p> <p>T2_U12 postugiwać się co najmniej jednym językiem obcym (w tym jednym minimum na poziomie B2)</p> <p>T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p> <p>T2_K05 podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych</p>
Ekonomia współdzielenia w turystyce	<p>Zapoznanie studentów z model gospodarki współdzielenia, analizowanie zagrożeń wynikających z poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego, utrwalenie świadomość ekologicznej i</p>	<p>T2_W06 w pogłębiony stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym, czym jest turystyka</p>

	<p>osobistej odpowiedzialności za środowisko. Ekonomia współdzielenia vs. ekonomia klasyczna – pojęcia podstawowe.  Modele biznesowe w sharing economy  Ekonomia współdzielenia w mieście inteligentnym  Praktyczne zastosowania - usługi hotelowe  Praktyczne zastosowania - transport  Ekonomia współdzielenia a zmiany klimatyczne</p>	<p>zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności turystycznej z nią powiązane  T2_W08 w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.  T2_U10 analizować zjawiska gospodarcze zachodzące w regionie poszukując rozwiązań pozytywnych w kontekście racjonalnej kombinacji rozwoju ekonomicznego, społecznego i środowiskowego.  T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.  T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne</p>
<p>Zarządzanie strategiczne w turystyce</p>	<p>Celem zajęć jest pozyskanie podstawowej wiedzy z zakresu formułowania i implementacji strategii rozwoju organizacji turystycznej, a następnie sprawnej i skutecznej realizacji i racjonalizacji konkretnych szczegółowych zadań operacyjnych w świadczeniu usług turystycznych.  Istota Zarządzania strategicznego  Schematy zarządzania strategicznego  Skwantyfikowana analiza SWOT i formułowanie strategii na jej podstawie  Standaryzacja, nadzór i kontrola działalności hotelarskiej i gastronomicznej  Formułowanie strategii w obszarze modelu biznesowego</p>	<p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny  T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych  T2_W08 w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.  T2_U04 identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich.  T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej .</p>

		<p>T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne</p> <p>T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p>
Zrównoważony rozwój w turystyce	<p>Celem zajęć jest przedstawienie studentom idei i istoty zrównoważonego rozwoju. Zapoznanie studentów z dokumentami strategicznymi UE z zakresu zrównoważonego rozwoju. Zaprezentowanie studentom mierników zrównoważonego rozwoju. Kształtowanie umiejętności oceny poziomu zrównoważonego rozwoju w usługach turystycznych. Koncepcja rozwoju zrównoważonego, wielofunkcyjnego i ekorozwoju. Monitoring wskaźnikowy rozwoju zrównoważonego.</p> <p>Międzynarodowe impulsy cywilizacyjnego rozwoju regionów. Polityka zrównoważonego rozwoju w UE i w Polsce. Uwarunkowania makro-, mezo- i mikroekonomiczne wielofunkcyjnego rozwoju gospodarki regionalnej. Rodzaje, struktura i dynamika rozwoju przedsiębiorczości związanej ze sferą agrobiznesu i jej wpływ na zmianę sytuacji gospodarczej obszarów wiejskich. Rola przedsiębiorczości mieszkańców w stymulowaniu zrównoważonego rozwoju gmin o zróżnicowanym charakterze. Skala i rodzaje przedsiębiorczości kobiet wiejskich i ich wkład w rozwój wsi polskiej. Konsumpcja zrównoważona. Ekologiczne typologie konsumentów. Znakowanie produktów pozytywnych / negatywnych ekologicznie.</p> <p>Dziedzictwo kulturowe a rozwój zrównoważony. Turystyka zrównoważona i agroturystyka jako element rozwoju regionalnego</p> <p>Turystyka i jej rodzaje. Pojęcia: turystyki zrównoważonej, ekoturystyki, turystyki kwalifikowanej.</p>	<p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_W06 w pogłębiony stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym, czym jest turystyka zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności turystycznej z nią powiązane</p> <p>T_W05 wyjaśnia typologię atrakcji turystycznych oraz wymienia i charakteryzuje najważniejsze atrakcje turystyczne Polski i świata</p> <p>T2_U01 rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji</p> <p>T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej.</p> <p>T2_U09 potrafi zastosować analizę (finansową, organizacyjną, strategiczną) dla przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego</p>

		<p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p> <p>T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p> <p>T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p> <p>T2_K05 podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych</p>
Animacja czasu wolnego	<p>Celem zajęć jest przygotować studenta do prowadzenia animacji kulturalno-rozrywkowych i twórczych w hotelach, restauracjach, ośrodkach wypoczynkowych, w czasie podróży.</p> <p>Czas wolny – wprowadzenie do nauk o kulturze fizycznej i teorii czasu wolnego;</p> <p>Teoria i praktyka animacji czasu wolnego – istota animacji jako metody upowszechniania rekreacji;</p> <p>Animacja czasu wolnego w hotelarstwie – usługi rekreacyjne w hotelach;</p> <p>Animacja czasu wolnego wybranych grup społecznych, w tym dzieci i seniorów;</p> <p>Nowe formy animacji czasu wolnego w turystyce, w tym gry i zabawy terenowe;</p> <p>Sylwetka animatora czasu wolnego – zasady komunikacji;</p> <p>Zasady pracy i procesu animacji czasu wolnego w turystyce i rekreacji – przepisy prawne i przygotowanie konspektu;</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W05 w pogłębionym stopniu zasady planowania turystyki aktywnej w plenerze, wie jak wykorzystać lokalne walory przyrodnicze dla uatrakcyjnienia</p> <p>T2_W06 w pogłębionym stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym, czym jest turystyka zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności turystycznej z nią powiązane oferty turystycznej.</p> <p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_U06 planować, przeprowadzać i realizować formy animacji czasu wolnego dla dzieci/ młodzieży, osób dorosłych, osób starszych, turystów zagranicznych</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p> <p>"T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla</p>

		rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne" T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy
Język obcy branżowy	Celem zajęć jest utrwalenie, rozwijanie oraz doskonalenie umiejętności językowych czytania, mówienia, słuchania oraz pisania z położeniem nacisku na język zawodowy branży turystycznej. Studenci w trakcie zajęć utrwalają oraz rozszerzają swoje dotychczasowe wiadomości z zakresu gramatyki i leksyki, oraz poznają i utrwalają elementy języka specjalistycznego z zakresu turystyki. Celem zajęć jest przygotowanie studenta do wykorzystania nabytych sprawności językowych w praktyczny sposób w realnych sytuacjach zawodowych.	T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych T2_U12 posługiwać się co najmniej jednym językiem obcym (w tym jednym minimum na poziomie B2) T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy
Marka i branding w turystyce	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z wyspecjalizowanymi metodami budowania wizerunku obiektu i usługi turystycznej. Zdobyć praktycznej umiejętności projektowania elementów strategii wizerunkowej obiektu turystycznego. Działania na rzecz promocji usług turystycznych. Definicja, rodzaje, cele, funkcje marki w turystyce Definicja, rodzaje, cele, funkcje brandingu w turystyce Poziomy działań w ramach brandingu: poziom kreatywny, poziom kierowniczy, poziom komunikacji DMO jako organizacja odpowiedzialne za kreowanie marki w destynacjach turystycznych Narodowa Organizacja Turystyczna (NTO): definicja, cechy, zadania Narodowa Administracja Turystyczne (NTA): definicja, cechy, zadania Elementy marki turystycznej Zarządzanie marką w turystyce na różnych szczeblach administracji	T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej . T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych

	Convention Bureau - pojęcie, cele, zadania - przykłady funkcjonowania w różnych krajach	T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności. T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne"
Seminarium dyplomowe	Celem zajęć jest przygotowanie studentów do podjęcia prac związanych z pisaniem pracy magisterskiej, zwłaszcza uporządkowanie wiedzy i umiejętności związanych z możliwymi do zastosowania narzędziami. Metody stosowane w badaniach naukowych. Etapy przygotowywania pracy dyplomowej. Procedury przygotowywania pracy dyplomowej: przegląd literatury, definiowanie problemu naukowego, formułowanie celów badań, pytań badawczych, hipotez naukowych, dobór metod naukowych służących weryfikacji hipotez naukowych, formułowanie wniosków Zawartość poszczególnych części pracy dyplomowej: wstępu, rozwinięcia, zakończenia. Wymogi edycyjno-redakcyjne pracy dyplomowej.	T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego T2_U01 rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji T2_U09 potrafi zastosować analizę (finansową, organizacyjną, strategiczną) dla przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego T2_U10 analizować zjawiska gospodarcze zachodzące w regionie poszukując rozwiązań pozytywnych w kontekście racjonalnej kombinacji rozwoju ekonomicznego, społecznego i środowiskowego. T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności. T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym
Regiony turystyczne Europy	Celem zajęć jest poszerzenie wiedzy i terminologii z zakresu geografii, dziejów i dziedzictwa kulturowego oraz głównych obiektów turystycznych poszczególnych krajów w Europie. Uświadomienie użyteczności przestrzeni geograficznej dla	T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych

	<p>potrzeb turystyki oraz kompetencji w wykorzystaniu wiedzy geograficznej do tworzenia produktu turystycznego w oparciu o analizę regionalną.</p> <p>Teoretyczne zagadnienia regionu i regionalizacji turystycznej (istota i zakres pojęcia region, typy regionów, metody i kryteria delimitacji regionów turystycznych).</p> <p>Struktura regionalna i subregionalna światowego ruchu turystycznego z uwzględnieniem podstawowych mierników poziomu rozwoju turystycznego. Regiony turystyczne.</p> <p>Współczesne kierunki, tendencje i perspektywy zmian koncentracji ruchu turystycznego w Europie.</p> <p>Wiodące i potencjalne regiony turystyczne w Europie.</p> <p>Analiza atrakcyjności turystycznej wybranych destynacji europejskich.</p>	<p>T2_W05 w pogłębionym stopniu zasady planowania turystyki aktywnej w plenerze, wie jak wykorzystać lokalne walory przyrodnicze dla uatrakcyjnienia oferty turystycznej.</p> <p>T2_W08 w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.</p> <p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_W06 w pogłębionym stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym, czym jest turystyka zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności turystycznej z nią powiązane</p> <p>T2_U06 planować, przeprowadzać i realizować formy animacji czasu wolnego dla dzieci/ młodzieży, osób dorosłych, osób starszych, turystów zagranicznych</p> <p>T2_U10 analizować zjawiska gospodarcze zachodzące w regionie poszukując rozwiązań pozytywnych w kontekście racjonalnej kombinacji rozwoju ekonomicznego, społecznego i środowiskowego.</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne</p>
<p>Analiza finansowa w turystyce</p>	<p>Celem zajęć jest zrozumienie i opanowanie terminologii stosowanej w teorii i praktyce analizy finansowej obiektów turystycznych. Poznanie metod i narzędzi stosowanych w</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p>

	<p>analizie finansowej obiektów turystycznych i usług turystycznych. Umiejętność wykonania analizy finansowej na podstawie sprawozdań finansowych. Umiejętność wyboru metody oceny sytuacji finansowej.</p> <p>"Analiza finansowa – podstawowe pojęcia i definicje:</p> <p>a) rodzaje, przedmiot, zakres,  b) źródła informacji z zakresu analizy finansowej"</p> <p>"Analiza wstępna pionowa i pozioma sprawozdań finansowych przedsiębiorstw:</p> <p>a) analityczna postać sprawozdania finansowego,  b) analiza bilansu,  c) analiza rachunku zysków i strat,  d) analiza przepływów pieniężnych,  e) zestawienie zmian w kapitale własnym oraz informacja dodatkowa."</p>	<p>T2_W08 w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.</p> <p>T2_U06 planować, przeprowadzać i realizować formy animacji czasu wolnego dla dzieci/ młodzieży, osób dorosłych, osób starszych, turystów zagranicznych</p> <p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p> <p>T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p> <p>T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p>
<p>Trendy i innowacje w turystyce oraz rekreacji</p>	<p>Celem zajęć jest ukazanie możliwości i barier rozwoju nowych, nietypowych form turystyki i rekreacji. Identyfikacja krajowych zasobów dla rozwoju wybranych nowych form turystyki oraz możliwości ich turystycznego zagospodarowania i wykorzystania. Wskazanie możliwości wykorzystania czynników historycznych oraz tematycznych przy tworzeniu nietypowych produktów turystycznych. Przedstawienie roli wybranych form ochrony własności intelektualnej w rozwoju branży turystycznej.</p>	<p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p>



Praktyka zawodowa	Celem zajęć jest utrwalenie i ugruntowanie wiedzy i umiejętności teoretycznych nabytych przez studentów. Studenci w trakcie trwania praktyki mają na celu ćwiczenie umiejętności nabytych podczas zajęć.	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_U01 rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji</p> <p>T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej .</p> <p>T2_U11 analizować informacje rynkowe i przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju w różnych perspektywach czasowych</p> <p>T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych</p> <p>T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p> <p>T2_K05 podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych</p>
Systemy informatyczne w turystyce	Celem zajęć jest opanowanie umiejętności praktycznego stosowania programów: Microsoft PowerPoint i Microsoft Access. Zdobyć wiedzy z zakresu obsługi programów Microsoft PowerPoint i Microsoft Access, umiejętności tworzenia	T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego

	<p>prezentacji i baz danych. Znajomość podstawowych funkcji dostępnych w bazach danych.</p> <p>Rodzaje systemów informatycznych występujących w turystyce</p> <p>Użyteczność systemów od strony Gościa i od strony obsługi</p> <p>Systemy do obsługi sprzedaży w branży turystycznej</p> <p>Systemy do obsługi płatności w branży turystycznej</p>	<p>T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych</p> <p>T2_K03 rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p>
Ekologia w turystyce	<p>Celem zajęć jest nabycie przez studenta podstawowej wiedzy o procesach i teoriach ekologicznych, zapoznanie się z nomenklaturą dyscypliny, poznanie podstawowych metod badań i możliwości praktycznych zastosowań ekologii, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki.</p> <p>Podstawowe pojęcia, definicje i działalność związana z ekologią.</p> <p>Funkcje środowiska naturalnego. Przyczyny stanu środowiska naturalnego. Ekonomiczne i pozaekonomiczne konsekwencje zanieczyszczenia środowiska</p> <p>Ekologiczne znaki towarowe</p> <p>Ekologia w hotelarstwie-najważniejsze certyfikaty europejskie i światowe dla branży hotelarskiej</p> <p>Równowaga naturalna na przykładzie interakcji międzygatunkowych. Komensalizm, mutualizm, protokooperacja – przykłady, podobieństwa i różnice. Konkurencja. Pojęcie niszy ekologicznej. Prawo minimum Liebiga. Zakres tolerancji Shelforda.</p> <p>Problematyka Zero Waste w odniesieniu do hotelarstwa i gastronomii – ujęcie praktyczne</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W05 w pogłębionym stopniu zasady planowania turystyki aktywnej w plenerze, wie jak wykorzystać lokalne walory przyrodnicze dla uatrakcyjnienia oferty turystycznej.</p> <p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej .</p> <p>T2_K03 rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p>
Nowe media w turystyce	<p>Celem zajęć jest zapoznanie studenta z teorią i praktyką funkcjonowania nowych mediów, ze szczególnym uwzględnieniem rynku usług turystycznych</p> <p>Wprowadzenie do tematyki nowych mediów i aplikacji mobilnych -</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych</p>

	<p>Analiza narzędzi stosowanych w branży turystycznej przez klientów.</p> <p>Analiza narzędzi stosowanych przez przedsiębiorstwa do popularyzacji atrakcji</p> <p>Analiza wybranych kampanii promocyjnych - wskazanie dobrych i złych działań reklamowych w mediach społecznościowych.</p>	<p>uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_W07 w rozszerzonym zakresie temat finansowania podejmowanych przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych z wykorzystaniem źródeł prywatnych i publicznych, zgodnie z normami prawnymi.</p> <p>T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.</p> <p>T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p>
<p>General electives</p>	<p>Celem przedmiotu jest pogłębienie wiedzy studentów na wybrany przez nich temat z dziedziny turystyki lub rekreacji.</p>	<p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_U06 planować, przeprowadzać i realizować formy animacji czasu wolnego dla dzieci/ młodzieży, osób dorosłych, osób starszych, turystów zagranicznych</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych</p>

		<p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_K03 rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p> <p>T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p>
Marketing w turystyce i hotelarstwie	<p>Hotelarstwo: pojęcie, zadania, cechy charakterystyczne</p> <p>Jakość usług hotelarskich: jakość oczekiwana, jakość postrzegana, kryteria oceny jakości usług hotelarskich</p> <p>Marketing-mix w hotelarstwie</p> <p>Promocja jako proces komunikacji obiektu hotelarskiego z rynkiem</p> <p>Kampania promocyjna obiektu hotelarskiego - definicja, cele, etapy planowania i realizacji</p> <p>Klasyczne i niestandardowe instrumenty promocji wykorzystywane w hotelarstwie</p> <p>Rynek hotelarski w Polsce i na świecie</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej</p>

		<p>T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych</p> <p>T2_U11 analizować informacje rynkowe i przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju w różnych perspektywach czasowych</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p> <p>T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne"</p>
Rynki i trendy w hotelarstwie	<p>Charakterystyka rynku hotelarskiego. Przypomnienie podstawowych pojęć z zakresu rynku. Podaż i popyt. Podaż rynku hotelarskiego. Obiekty tworzące podaż na rynku hotelarskim. Typologia i standaryzacja bazy hotelarskiej. Analiza bazy hotelarskiej. Baza hotelowa Trójmiasta. Rynek usług hotelarskich województwa i kraju.</p> <p>Segmentacja obiektów hotelarskich. Wielkość i struktura bazy hotelarskiej.</p> <p>Popyt rynku hotelarskiego. Przedstawiciele popytu na usługi hotelarskie.</p> <p>Charakterystyka i segmentacja klientów obiektów hotelarskich. Podziały na klientów krajowych i międzynarodowych, indywidualnych i grupowych, wypoczynkowych i biznesowych itp.</p> <p>Produkt hotelarski. Usługa hotelarska jako produkt – cechy charakterystyczne.</p> <p>Poziomy produktu: rdzeń produktu, produkt rozszerzony itd.</p> <p>Produkt hotelarski a potrzeby turystów. Analiza potrzeb klientów w kontekście oferty obiektów hotelarskich.</p> <p>Tworzenie produktu hotelarskiego w obiektach o różnych profilach: biznesowy, spa, wypoczynkowy itp.</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W06 w pogłębiony stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym, czym jest turystyka zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności turystycznej z nią powiązane</p> <p>T2_W05 w pogłębiony stopniu zasady planowania turystyki aktywnej w plenerze, wie jak wykorzystać lokalne walory przyrodnicze dla uatrakcyjnienia oferty turystycznej.</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_K05 podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych</p>
Specyfika pracy menedżera w turystyce i hotelarstwie	<p>Obowiązki na stanowiskach kierowniczych w turystyce</p> <p>Struktury zarządzania w obiektach turystycznych</p>	<p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w</p>

	<p>Uwarunkowania prawne w branży turystycznej</p> <p>Zagrożenia formalne związane ze stanowiskiem menadżera</p> <p>Sposoby zarządzania funkcjonujące na obecnym rynku turystycznym</p> <p>Dostępne metody rekrutacji i formy zatrudnienia personelu</p> <p>Sposoby radzenia sobie ze stresem związanym ze stanowiskiem decyzyjnym</p> <p>Zarządzanie poziomem opinii w turystyce</p> <p>Problem zachowania poziomu jakości</p>	<p>oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p>
Systemy franchisingowe w turystyce i hotelarstwie	<p>Definicja marki</p> <p>Elementy składające się na markę turystyczną</p> <p>Pojęcie franchisingu</p> <p>Rodzaje franchisingu</p> <p>Główne instrumenty franchisingu</p> <p>Płaszczyzny wykorzystania franchisingu w turystyce</p> <p>Unique Selling Proposition (USP) - jako element strategicznego pozycjonowania marki</p> <p>Przykłady kampanii budowania świadomości marki turystycznej w Polsce</p> <p>Doświadczenia innych krajów w zakresie wykorzystywania franchisingu</p> <p>Projekt kampanii budowania świadomości marki dla dowolnego produktu turystycznego</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_U04 identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich.</p> <p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p> <p>T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p> <p>T2_K05 podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych</p>
Zarządzanie sprzedażą w turystyce i hotelarstwie	<p>Produkt - w makro i mikrotoczeniu.</p> <p>Produkt - jego cechy zmienne, stałe, wartość i postrzeganie z perspektywy Klienta</p>	<p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w</p>

	<p>Sezonowość - jako czynnik charakterystyczny dla lokalizacji oddziałujący na produkt i jego wartość.</p> <p>Klient i jego profil, charakterystyka potrzeb i klasyfikacja pobudek decyzyjności</p> <p>Podstawy kontraktacji Klienta biznesowego w dostępnych wymiarach.</p> <p>Waga badania konkurencji, cechy wspólne compsetu, przykłady ofert- różnice.</p>	<p>oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.</p> <p>T2_K05 podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych</p>
Zarządzanie obiektami hotelowymi	<p>Możliwe warianty struktury zarządzania w hotelarstwie</p> <p>Możliwości i zagrożenia prawne z punktu widzenia zarządzającego hotelem</p> <p>Sposoby na zarządzanie i utrzymanie jakości w hotelu.</p> <p>Funkcjonowanie check list w hotelu.</p> <p>Źródła i sposoby skutecznej rekrutacji przy niskim popycie pracowników. Omówienie tematu outsourcingu pracowników.</p> <p>Omówienie podstawowych wskaźników przychodowych i ich wpływ na wynik przychodowy hotelu</p> <p>Znaczenie efektywnej polityki kosztowej i jej wpływ na końcowy wynik GOP hotelu</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p>
Zarządzanie projektami w turystyce i hotelarstwie	<p>"Pojęcie projektu - projekt a działalność rutynowa, części składowe projektu, definicja triady projektowej, rodzaje struktur organizacyjnych, otoczenie projektu, interesariusze projektu .</p> <p>Formułowanie i definiowanie projektu - projekt jako odpowiedź na istniejącą potrzebę, określanie celów, drzewo problemów, uzasadnienie biznesowe projektu.</p> <p>Zadania w projekcie - czynności, zdarzenia, WBS, kamienie milowe.</p> <p>Budżet projektu - rodzaje zasobów w projekcie, zasady określania budżetu.</p> <p>Tworzenie i zarządzanie zespołem projektowym</p> <p>Harmonogram projektu - wykres Gantta.</p> <p>Istota ryzyka w działalności projektowej - określanie źródeł ryzyka, strategii zarządzania ryzykiem, analiza ryzyka - wpływ/ prawdopodobieństwo, tworzenie scenariuszy postępowania.</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W05 w pogłębionym stopniu zasady planowania turystyki aktywnej w plenerze, wie jak wykorzystać lokalne walory przyrodnicze dla uatrakcyjnienia oferty turystycznej.</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p> <p>T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz</p>

	<p>Metody w zarządzaniu projektem - metody sieciowe, budowanie ścieżki krytycznej, CPM, PERT, NPV jako kryterium wyboru projektu do realizacji</p> <p>Specyfika prowadzenia projektów logistycznych - typologia projektów logistycznych, uwarunkowania projektów logistycznych, tradycyjne zarządzanie projektami a metodyki zwinne, metodyka Agile w prowadzeniu projektu logistycznego.</p>	<p>pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p>
<p>Marketing internetowy i mobilny</p>	<p>Strategie content marketingu</p> <p>Reklama płatna w Internecie. E-mail marketing. Social Media Marketing. Marketing wideo</p> <p>Analiza i narzędzia analityczne</p> <p>Automatyzacja marketingu: Narzędzia do automatyzacji zadań marketingowych.</p> <p>Budowanie społeczności w sieci: Techniki angażowania i budowania lojalnej społeczności wokół marki.</p> <p>Mobile marketing. Aplikacje mobilne w marketingu</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich</p> <p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.</p> <p>T2_U10 analizować zjawiska gospodarcze zachodzące w regionie poszukując rozwiązań pozytywnych w kontekście racjonalnej kombinacji rozwoju ekonomicznego, społecznego i środowiskowego.</p> <p>T2_U11 analizować informacje rynkowe i przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju w różnych perspektywach czasowych</p> <p>T2_K03 rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego,</p>



		<p>zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p> <p>T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne</p>
<p>Strony internetowe jako narzędzie marketingu i e-commerce</p>	<p>Projektowanie i optymalizacja stron internetowych z uwzględnieniem użyteczności dla użytkowników</p> <p>Zarządzanie treścią na stronie internetowej (CMS) i jej wpływ na doświadczenie użytkownika</p> <p>Integracja strony internetowej z systemami płatności i bezpieczeństwo transakcji e-commerce.</p> <p>Landing pages (strony docelowe) - projektowanie dla konkretnych akcji marketingowych.</p> <p>Marketing afiliacyjny i jego implementacja na stronie internetowej.</p> <p>Wykorzystanie chatbotów i sztucznej inteligencji w obsłudze klienta na stronie internetowej.</p> <p>E-commerce na stronie internetowej: projektowanie sklepów, zarządzanie produktami, koszykiem i procesem zakupowym.</p> <p>Budowanie marki w Internecie poprzez strony internetowe: storytelling, identyfikacja wizualna i budowanie zaufania u użytkowników.</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_W08 w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.</p> <p>T2_U01 rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U04 identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich.</p> <p>T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p>
<p>Systemy rezerwacyjne i e-technologie w sektorze turystycznym</p>	<p>Główne systemy rezerwacyjne - funkcje, zalety i ograniczenia.</p> <p>Systemy rezerwacyjne dla różnych segmentów rynku turystycznego: hotele, linie lotnicze, biura podróży</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna</p>

	<p>E-technologie wspierające systemy rezerwacyjne: chmura obliczeniowa, API, integracje z innymi systemami. Mobilne technologie w systemach rezerwacyjnych</p> <p>Strategie cenowe w systemach rezerwacyjnych: dynamiczne wycenianie, oferty specjalne. Personalizacja ofert w systemach rezerwacyjnych</p> <p>Wykorzystanie sztucznej inteligencji w systemach rezerwacyjnych: prognozowanie popytu, rekomendacje i automatyczne odpowiedzi.</p> <p>Systemy rezerwacyjne a media społecznościowe: integracja, promocje i strategie angażowania użytkowników</p> <p>Analiza zachowań użytkowników: śledzenie ścieżki klienta, analiza punktów konwersji i optymalizacja interfejsu użytkownika.</p>	<p>terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej</p> <p>T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p>
<p>Sprzedazowe narzędzia e-commerce produktów turystycznych</p>	<p>Wprowadzenie do e-commerce. Platformy e-commerce dla turystyki: porównanie najważniejszych systemów rezerwacyjnych.</p> <p>Projektowanie i optymalizacja stron internetowych dla produktów turystycznych. Systemy płatności online w turystyce.</p> <p>Personalizacja ofert i rekomendacje dla użytkowników w serwisach turystycznych. Budowanie zaufania i zarządzanie opiniami klientów w serwisach e-commerce.</p> <p>Wykorzystanie danych i analityka w sprzedaży produktów turystycznych online</p> <p>Retargeting i marketing afiliacyjny w branży turystycznej</p>	<p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.</p> <p>T2_K05 podejmowania zaawansowanych decyzji o charakterze finansowym i zarządczym w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych</p>

<p>Prawo nowych technologii</p>	<p>Ochrona danych osobowych w branży turystycznej – RODO i inne regulacje.  Prawo autorskie w kontekście treści internetowych i reklam turystycznych.  Cyberbezpieczeństwo i ochrona przed oszustwami w turystyce online.  Regulacje dotyczące ocen i recenzji w serwisach turystycznych  Prawne aspekty e-commerce w turystyce.</p>	<p>T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich  T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego  T2_U01 rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji  T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej  T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p>
<p>Podstawy turystyki doświadczeń</p>	<p>Definiowanie pojęcia "turystyka doświadczeń" i jej rola w nowoczesnej gospodarce.  Różnice między turystyką masową a turystyką doświadczeń.  Wpływ turystyki doświadczeń na rozwój lokalnych społeczności.  Metody badania i oceny doświadczeń turystycznych.  Innowacje w turystyce doświadczeń – studia przypadków.  Przyszłość turystyki doświadczeń – trendy i prognozy.  Role sensoryki w turystyce doświadczeń.  Projektowanie ścieżek doświadczeń turystycznych.</p>	<p>T2_W01 w pogłębionym zakresie metody i narzędzia pozyskiwania i opracowywania danych, dotyczących sektora usług turystycznych  T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny  T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego  T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej  T2_K03 rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego,</p>

		zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy
Storytelling i narracja w turystyce	<p>Storytelling jako narzędzie budowania doświadczenia marki turystycznej.</p> <p>Techniki narracyjne w kreowaniu oferty turystycznej.</p> <p>Wykorzystanie opowieści lokalnych w promocji regionów turystycznych.</p> <p>Tworzenie angażujących opowieści w marketingu doświadczeń turystycznych.</p> <p>Storytelling w zarządzaniu atrakcjami turystycznymi.</p> <p>Opowieści w turystyce przygodowej i ekstremalnej.</p> <p>Storytelling w turystyce gastronomicznej.</p> <p>Metody mierzenia wpływu storytellingu na satysfakcję klienta.</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_U01 rozwinąć umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych przy wykorzystaniu metod i technik w celu opracowania, interpretowania wyników, wyciągania wniosków oraz wskazania dalszego kierunku badań w dziedzinie turystyki i rekreacji</p> <p>T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego</p> <p>T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p>
Marketing doświadczeń i emocji	<p>Analiza emocji konsumentów i ich wpływ na decyzje zakupowe.</p> <p>Wpływ doświadczeń na lojalność i zachowania powtarzalne.</p> <p>Event marketing jako część strategii marketingu doświadczeń.</p> <p>Emocjonalny branding w turystyce.</p> <p>Zarządzanie doświadczeniami kryzysowymi w turystyce.</p> <p>Sensoryczny marketing i jego zastosowanie w turystyce.</p> <p>Case study: udane kampanie marketingu doświadczeń.</p>	<p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_W09 w pogłębionym stopniu zasady wykorzystania różnych technik informatyczno-komunikacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego</p> <p>T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej</p> <p>T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej</p>

		<p>T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p>
Zarządzanie jakością i satysfakcją klienta w turystyce	<p>Standardy jakości i ich wpływ na satysfakcję klienta.</p> <p>Metody pomiaru satysfakcji klientów w turystyce.</p> <p>Wpływ jakości obsługi na lojalność klienta.</p> <p>Rola feedbacku klienta w ciągłym doskonaleniu usług.</p> <p>Metody poprawy jakości usług turystycznych.</p> <p>Zarządzanie jakością w hotelarstwie.</p> <p>Procedury obsługi skarg i reklamacji.</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W04 w poszerzonym zakresie rynek usług turystycznych i rekreacyjnych na różnych poziomach zarządzania, potrafi w oparciu o niego dokonać analizy konkurencyjności i przygotować produkt turystyczny</p> <p>T2_U04 identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich.</p> <p>T2_U05 zarządzać jakością w przedsiębiorstwach turystycznych oraz diagnozować czynniki wpływające na jakość procesu zarządzania.</p> <p>T2_K03 rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p> <p>T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p>
Psychologia turystyki i zachowań konsumentów	<p>Teorie motywacji do podróżowania.</p> <p>Wpływ osobowości na preferencje turystyczne.</p> <p>Postawy i percepcje w wyborze destynacji.</p> <p>Emocjonalne aspekty satysfakcji z podróży.</p> <p>Efekt społecznych mediów na decyzje turystyczne.</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p>

	<p>Psychologia tłumu w turystyce masowej.          Psychologiczne aspekty turystyki ekstremalnej i przygodowej.          Rola wrażeń i doświadczeń w zachowaniach konsumenckich.</p>	<p>T2_W07 w rozszerzonym zakresie temat finansowania podejmowanych przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych z wykorzystaniem źródeł prywatnych i publicznych, zgodnie z normami prawnymi.          T2_U02 wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk społecznych w celu stworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego          T2_U04 identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich.          T2_U08 analizować informacje rynkowe oraz przewidywać koniunkturę na usługi turystyczne i rekreacyjne określonego rodzaju, w perspektywie krótko i długoczasowej.          T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne          T2_K04 podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym</p>
<p>Zarządzanie wydarzeniami i atrakcjami turystycznymi</p>	<p>Planowanie i projektowanie wydarzeń turystycznych.          Zarządzanie operacyjne w atrakcjach turystycznych.          Zarządzanie ryzykiem i bezpieczeństwem w wydarzeniach turystycznych.          Rola sponsorów i partnerstw w organizacji wydarzeń.          Wpływ festiwali na turystykę kulturową.          Zarządzanie wolontariatem w turystyce wydarzeniowej.          Wpływ dużych wydarzeń na wizerunek miejsca.          Etyka i zrównoważony rozwój w zarządzaniu wydarzeniami.</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych          T2_W03 w pogłębionym zakresie kwestie dotyczące prawnych, organizacyjnych, zarządczych i etycznych uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich          T2_W06 w pogłębionym stopniu temat zrównoważonego rozwoju w sektorze turystycznym, czym jest turystyka zrównoważona, turystyka odpowiedzialna oraz inne formy aktywności turystycznej z nią powiązane          T2_U03 przeprowadzić analizę poszczególnych funkcji zarządzania w kontekście sektora turystycznego oraz</p>

		<p>dokonać analizy ryzyka w działalności turystycznej i rekreacyjnej</p> <p>T2_U04 identyfikować oraz interpretować przedsięwzięcia, których istota polega na pośrednictwie w wymianie dóbr i usług pomiędzy konsumentami. W szczególności usług noclegowych, gastronomicznych, transportowych i przewodnickich.</p> <p>T2_U13 korzystać z technik informatyczno - komunikacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i zachowań rekreacyjnych</p> <p>T2_K01 uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych z zakresu turystyki i rekreacji przewidując wielokierunkowe skutki swojej działalności.</p> <p>T2_K02 propagowania turystyki i rekreacji oraz docenienia jej znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, uczestniczenia w grupach (zespołach) i organizacjach realizujących cele społeczne</p>
Projektowanie doświadczeń turystycznych	<p>Proces projektowania unikalnych doświadczeń turystycznych.</p> <p>Co-creation i współprojektowanie z klientami w turystyce.</p> <p>Projektowanie ścieżek turystycznych i tematycznych.</p> <p>Techniki wizualizacji w projektowaniu doświadczeń.</p> <p>Projektowanie doświadczeń turystycznych dla różnych grup demograficznych.</p> <p>Zastosowanie design thinking w tworzeniu produktów turystycznych.</p> <p>Wykorzystanie nowych technologii w kreowaniu doświadczeń.</p> <p>Projektowanie turystyki dla osób z ograniczeniami ruchowymi.</p>	<p>T2_W02 w pogłębionym stopniu relacje zachodzące pomiędzy turystką a różnymi dziedzinami nauk, zna terminologię stosowaną w dziedzinie turystyki i rekreacji oraz jej zastosowanie w dyscyplinach pokrewnych</p> <p>T2_W08 w pogłębionym stopniu temat procesów globalizacji i integracji gospodarczej i ich wpływ na trendy w rozwoju usług turystyczno - rekreacyjnych.</p> <p>T2_U06 planować, przeprowadzać i realizować formy animacji czasu wolnego dla dzieci/ młodzieży, osób dorosłych, osób starszych, turystów zagranicznych</p> <p>T2_U07 przygotować oraz wykorzystać w praktyce odpowiednie narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej</p> <p>T2_K03 rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego oraz pełnienia roli konsumenta turystycznego i rekreacyjnego, zajmując stanowisko w aktualnych debatach na kontrowersyjne tematy</p>

#### IV. PROGRAM STUDIÓW

Zgodnie z Uchwałą Senatu nr 179/XI/2023 Uczelnia zatwierdziła następującą ofertę specjalności dla studentów rozpoczynających naukę w roku akademickim 2024/2025:

1. Menedżer turystyki i hotelarstwa
2. Zarządzanie sprzedażą i nowe media w turystyce (certyfikowany kurs blogera podróżniczego)
3. Zarządzanie turystyką doświadczeń

##### A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości ( <b>dyscyplina wiodąca</b> )	72
2.	Nauki o kulturze fizycznej	20
	Nauki o ziemi i środowisku	8

##### B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 50/762
	STUDIA NIESTACJONARNE 50/460
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	ST 81,2 / NST 81,8
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	-
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	66
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20

##### C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Wymiar: 480 godzin praktyk zawodowych.

Student wyznaczoną liczbę godzin (w sumie) musi odbyć do końca trybu kształcenia.



Student ma możliwość zorganizowania praktyki indywidualnie bądź z pomocą Biura Obsługi Studenta.

Student udający się na odbycie praktyk zawodowych, powinien wypełnić oświadczenie wstępne, na podstawie którego tworzona jest umowa oraz skierowanie (dla pracodawcy) jak również zaświadczenie o odbytej praktyce, program praktyk, karta czasu pracy praktykanta oraz efekty uczenia się. Po zakończonych praktykach student dostarcza całą dokumentację na uczelnię, gdzie jest ona opiniowana przez opiekuna praktyk.

Praktyki zawodowe mogą odbywać się w formie stacjonarnej lub hybrydowej.

#### **D) SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA**

- a. test, kolokwium** - zestaw punktowanych pytań lub zadań sprawdzający wiedzę studenta
  - i. Typ 1 - pytania zamknięte (jednokrotnego, wielokrotnego wyboru lub dopasowywania)
  - ii. Typ 2 - zadania obliczeniowe, problemowe, decyzyjne
  - iii. Typ 3 - pytania otwarte (analiza wybranego materiału)
- b. egzamin pisemny** - zestaw pytań otwartych lub zamkniętych przeprowadzany w formie pisemnej
- c. egzamin ustny** - przeprowadzany w formie ustnej – zawiera zestaw pytań otwartych
- d. projekt** - przeprowadzenie złożonego działania zmierzającego do osiągnięcia określonego celu – zbieranie, opracowanie i przedstawienie informacji oraz wyników przeprowadzonych badań w formie pisemnej
- e. referat** - krótka forma pisemna lub ustna, może być przedstawiona publicznie (np. w grupie)
- f. prezentacja** - przedstawianie problemu, procesu, stanu, zjawiska z określonego tematu w sposób opisowy lub porządkujący. Samodzielne wyznaczenie klucza, według którego przebiega prezentacja
- g. esej:**
  - i. Typ 1 - wybór tematu samodzielny lub spośród zaproponowanych przez nauczyciela akademickiego - tworzenie recenzji, interpretacji, opisu, diagnozy zjawiska lub problemu - przypisywanie ogólnych zjawisk do konkretnych przykładów
  - ii. Typ 2 - dokonywanie opisu i charakterystyki procesów, zjawisk na podstawie konkretnego materiału lub przypadku
- h. wypowiedź ustna indywidualna** - wyjaśnienie lub odpowiedź ustna na postawione pytanie (student odpowiada samodzielnie i indywidualnie)
- i. uczestnictwo w dyskusji** - udział w ustnej wymianie poglądów na określony temat poparty stosowną argumentacją
- j. studium przypadku (case study)** - analiza pojedynczego przypadku, tj. szczegółowy opis przypadku, zazwyczaj rzeczywistego, pozwalający wyciągnąć wnioski co do przyczyn i rezultatów jego przebiegu i przełożenie ich szerzej do danego modelu biznesowego, cech rynku, uwarunkowań technicznych, kulturowych, społecznych itp.
- k. raport, sprawozdanie z zadania terenowego** - zapoznanie się z formą pracy lub zadaniami oraz przygotowanie i opracowanie sprawozdania podsumowującego na ten temat

- l. zadania praktyczne** - ukierunkowane na umiejętności zawodowe; w szczególności z wykorzystaniem właściwych programów komputerowych; wykonywanie konkretnych zadań aplikacyjnych
- m. samodzielne rozwiązywanie zadań** - indywidualne dochodzenie do rozstrzygnięcia zadanego problemu lub kwestii
- n. aktywny udział w zajęciach** – wykonywanie poleceń prowadzącego włączanie się studenta w przebieg zajęć, współpraca z prowadzącym
- o. obserwacja studentów przez nauczyciela akademickiego** - obserwacja pewnych etapów zajęć przez prowadzącego zajęcia, sporządzanie notatek dot. poszczególnych studentów
- p. praca dyplomowa** - praca pisemna w formie projektu, którą studenci przygotowują w grupie w celu zaliczenia seminarium i uzyskania możliwości przystąpienia do egzaminu dyplomowego
- q. praca magisterska** - praca pisemna, którą student przygotowuje jako podsumowanie nauki w celu zdobycia tytułu zawodowego magistra po uzyskaniu pozytywnej oceny z egzaminu magisterskiego

Tabela form weryfikacji efektów uczenia się

Metoda weryfikacji/Obszary	Wiedza	Umiejętności	Kompetencje społeczne
Test, kolokwium	X	X	
Egzamin pisemny	X	X	
Egzamin ustny	X	X	
Projekt	X	X	X
Referat	X	X	
Prezentacja	X	X	X
Esej	X	X	X
Wypowiedź ustna indywidualna	X	X	
Uczestnictwo w dyskusji		X	X
Studium przypadku (case study)	X	X	
Raport, sprawozdanie z zadania terenowego	X	X	
Zadania praktyczne		X	X
Samodzielne rozwiązywanie zadań		X	
Aktywny udział w zajęciach		X	X
Obserwacja studentów przez nauczyciela akademickiego			X
Praca dyplomowa	X	X	X
Praca magisterska	X	X	

#### E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUP ZAJĘĆ	SEMESTR	FORMA ZALICZENIA	PUNKTY ECTS
Przywództwo i motywacja w turystyce oraz rekreacji	1	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Zarządzanie destynacją turystyczną	1	Zaliczenie na ocenę	3
Metodologia badań naukowych	1	Zaliczenie na ocenę	2

Zarządzanie jakością w turystyce i rekreacji	1	Egzamin	2
Ekologia w turystyce	3	Egzamin	2
Zarządzanie strategiczne w turystyce	1	Egzamin	2
Zrównoważony rozwój w turystyce	1	Egzamin	2
Animacja czasu wolnego	1	Zaliczenie na ocenę	3
Język obcy branżowy	2	Zaliczenie	2
Marka i branding w turystyce	2	Egzamin/Zaliczenie na ocenę	3
Nowe media w turystyce	3	Egzamin	2
Seminarium dyplomowe	2,3,4	Zaliczenie/Zaliczenie na ocenę	20
Regiony turystyczne Europy	2	Egzamin	2
Analiza finansowa w turystyce	2	Egzamin	2
Przedmiot do wyboru	2	Zaliczenie na ocenę	2
Trendy i innowacje w turystyce oraz rekreacji	2	Egzamin	2
General Electives	4	Zaliczenie	3
Systemy informatyczne w turystyce	1	Zaliczenie na ocenę	2
Praktyka zawodowa	3,4	Zaliczenie	20
Marketing w turystyce i hotelarstwie	3	Zaliczenie na ocenę	3
Rynki i trendy w hotelarstwie	3	Zaliczenie na ocenę	3
Specyfika pracy menedżera w turystyce i hotelarstwie	3	Zaliczenie na ocenę	3
Systemy franchisingowe w turystyce i hotelarstwie	3	Zaliczenie na ocenę	3
Zarządzanie sprzedażą w turystyce i hotelarstwie	4	Zaliczenie na ocenę	3
Zarządzanie obiektami hotelowymi	4	Zaliczenie na ocenę	3
Zarządzanie projektami w turystyce i hotelarstwie	4	Zaliczenie na ocenę	3
Marketing internetowy i mobilny	3	Zaliczenie na ocenę	3
Strony internetowe jako narzędzie marketingu i e-commerce	3	Zaliczenie na ocenę	3
Kurs blogera podróżniczego	3	Zaliczenie na ocenę	3
Sprzedażowe narzędzia e-commerce produktów turystycznych	3	Zaliczenie na ocenę	3
Prawo nowych technologii	4	Zaliczenie na ocenę	3
Design i wizerunek usług turystycznych w Internecie	4	Zaliczenie na ocenę	3
Revenue Management	4	Zaliczenie na ocenę	3
Podstawy turystyki doświadczeń	3	Zaliczenie na ocenę	3
Storytelling i narracja w turystyce	3	Zaliczenie na ocenę	3
Marketing doświadczeń i emocji	3	Zaliczenie na ocenę	3
Zarządzanie jakością i satysfakcją klienta w turystyce	3	Zaliczenie na ocenę	3
Psychologia turystyki i zachowań konsumentów	4	Zaliczenie na ocenę	3
Zarządzanie wydarzeniami i atrakcjami turystycznymi	4	Zaliczenie na ocenę	3

Projektowanie doświadczeń turystycznych	4	Zaliczenie na ocenę	3
--	---	---------------------	---