



**UNIwersYTET
WSB MERITO
GDAŃSK**

Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku

Filia w Gdyni

Wydział Biznesu

Program studiów

Dla kierunku

Turystyka i rekreacja

Studia Pierwszego Stopnia

Studia: stacjonarne/ niestacjonarne

Profil: praktyczny

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Turystyka i rekreacja	
Poziom studiów	Studia pierwszego	
Profil studiów	praktyczny	
Forma studiów	stacjonarne/ niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	6 semestrów	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	180 ECTS	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 45728 h	Studia niestacjonarne 4518 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat/ inżynier/ magister	
Wymiar praktyk zawodowych	960 h	
Język prowadzenia studiów	polski	
Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku	2025/2026	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza absolwent zna i rozumie		
T_W01	historyczną ewolucję form wypoczynku oraz genezę zjawiska turystyki i rekreacji	P6S_WK
T_W02	systematykę turystyki i rekreacji (rodzaje, formy, funkcje) i związki turystyki i rekreacji z innymi dyscyplinami wiedzy	P6S_WK
T_W03	w zaawansowanym stopniu typowe rodzaje i elementy struktur oraz instytucji rynku turystycznego i rekreacyjnego, w tym organizacji turystycznych i rekreacyjnych działających w Polsce	P6S_WG
T_W04	typologię atrakcji turystycznych oraz charakterystykę wybranych atrakcji turystycznych Polski i świata	P6S_WK
T_W05	w zaawansowanym stopniu wybrane uwarunkowania rozwoju turystyki i rekreacji (psychologiczne, prawne, organizacyjne, przyrodnicze i antropogeniczne, społeczno-kulturowe, ekonomiczne, fizjologiczne)	P6S_WG
T_W06	w zaawansowanym stopniu zasady organizacji imprez turystycznych i rekreacyjnych	P6S_WK/WG
T_W07	specyfikę głównych regionów turystycznych Polski i wybranych turystycznych obszarów recepcyjnych na świecie	P6S_WK

T_W08	w zaawansowanym stopniu relacje i zależności ekonomiczne jakie zachodzą między podmiotami rynku turystycznego, w tym również oddziaływanie sektora publicznego na rynek turystyczny	P6S_WG
T_W09	czynniki determinujące aktywność turystyczną i rekreacyjną człowieka oraz różnych grup społecznych	P6S_WK
T_W10	w zaawansowanym stopniu społeczne aspekty ochrony przyrody oraz ich wpływ na życie człowieka,-terminologię przyrodniczą oraz procesy kształtujące środowisko, regulacje prawne dotyczące ochrony przyrody	P6S_WG
T_W11	metody, techniki i narzędzia badawcze wykorzystywane w turystyce i rekreacji	P6S_WK
T_W12	w zaawansowanym stopniu rozwiązania prawne i organizacyjne dotyczące funkcjonowania obiektów turystycznych oraz rekreacyjnych	P6S_WK/WG
T_W13	w zaawansowanym stopniu trendy występujące na rynku turystycznym i rekreacyjnym, w szczególności o charakterze społecznym, demograficznym, ekonomicznym, prawnym, politycznym, przyrodniczym, technologicznym i kulturowym	P6S_WK/WG
T_W14	pojęcia i zasady ochrony własności intelektualnej w obszarze nowoczesnych technologii wykorzystywanych na rynku turystycznym i rekreacyjnym	P6S_WK
T_W15	w zaawansowanym stopniu zasady dotyczące uruchamiania i prowadzenia-przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego	P6S_WG
T_W16	budowę organizmu człowieka, w szczególności układu ruchu, procesy energetyczne i fizjologiczne zachodzące w organizmie człowieka podczas wysiłku i wypoczynku oraz znaczenie aktywności turystycznej i rekreacyjnej dla zdrowia człowieka	P6S_WK
T_W17	w zaawansowanym stopniu pojęcia i mechanizmy psychospołeczne, metody pedagogiczne związane z kształtowaniem zachowań człowieka oraz psychiczne mechanizmy wykonywanych czynności, a także procesy i czynniki kształtujące styl życia współczesnego człowieka z uwzględnieniem żywienia	P6S_WK/WG
Umiejętności absolwent potrafi		
T_U01	opisać i interpretować zjawiska społeczne zachodzące w turystyce i rekreacji	P6S_UW/UK
T_U02	organizować różne formy turystyki i rekreacji z poszanowaniem środowiska przyrodniczego, makrootoczenia rynkowego oraz wdrażać je do oferty sprzedażowej sektora	P6S_UK/UO
T_U03	prawidłowo analizować zjawiska zachodzące na rynku turystycznym i wykorzystywać te analizy w procesie prowadzenia działalności gospodarczej	P6S_UW/UU
T_U04	posługiwać się aktami prawnymi (w tym normami zawodowymi, dedykowanymi procedurami), w szczególności regulującej obszar turystyki i rekreacji	P6S_UU
T_U05	opracować program imprezy turystycznej i rekreacyjnej dostosowanej do różnego odbiorcy oraz zaprezentować ofertę obiektu w kanałach dystrybucji oraz nośnikach on line	P6S_UK/O
T_U06	stosować w praktyce instrumenty marketingu	P6S_UW/UO/UU
T_U07	przygotować i analizować zestawienia dotyczące rachunkowości w przedsiębiorstwie turystycznym i oferującym usługi rekreacyjne	P6S_UW/UU
T_U08	korzystać z arkusza kalkulacyjnego oraz innych narzędzi technologicznych do analiz wybranych aspektów rynku	P6S_UW/UO

	turystycznego i rekreacyjnego ze wskazaniem rozwiązania optymalnego	
T_U09	analizować zjawiska społeczno-ekonomiczne występujące w gospodarce turystycznej i na rynku turystycznym	P6S_UW/UU
T_U10	opracowywać i sporządzać materiały w co najmniej jednym języku obcym oraz potrafi przygotować wystąpienie ustne dotyczące wybranych aspektów rynku turystycznego i rekreacyjnego w języku polskim oraz obcym	P6S_UW/UK
T_U11	posługiwać się co najmniej jednym językiem obcym (w tym jednym minimum na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego)	P6S_UW/UK
T_U12	przeprowadzić analizę porównawczą oferowanych usług przez wybrane obiekty turystyczne i rekreacyjne	P6S_UW/UO/UU
T_U13	posługiwać się różnymi źródłami informacji (mapy, przewodniki itp.) w celu scharakteryzowania obiektów i regionów turystycznych	P6S_UO/UU
T_U14	rozwiązywać problemy zarządcze, ekonomiczne i finansowe występujące na rynku turystycznym i rekreacyjnym	P6S_UW/UU
T_U15	korzystać z wybranych systemów informatyczno - komunikacyjnych stosowanych w praktyce gospodarczej przez podmioty turystyczne i rekreacyjne do obsługi konsumentów	P6S_UW/UK
T_U16	formułować w sposób zrozumiały, w mowie i na piśmie, podstawowe polecenia i zarządzenia stosowane w obsłudze obiektu turystycznego oferującego usługi turystyczne	P6S_UK
T_U17	posługiwać się nomenklaturą turystyczno-rekreacyjną w jednym z nowożytnych języków obcych, czytać ze zrozumieniem opracowania i publikacje sporządzone w tym języku, opracowywać materiały w tym języku oraz przygotować wystąpienie ustne dotyczące wybranych aspektów rynku turystycznego i rekreacyjnego w języku polskim oraz obcym	P6S_UW/UU
T_U18	wskazać pozytywne aspekty pracy zespołowej, współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	P6S_UO
T_U19	ocenić poziom swojej wiedzy i zaplanować ścieżkę rozwoju osobistego	P6S_UO
Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do		
T_K01	wskazania własnych luk kompetencyjnych i podania argumentów przemawiających za potrzebą dalszego kształcenia	P6S_KK/KO
T_K02	interpretacji i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego w zgodzie z własną wiedzą oraz zasadami etyki	P6S_KO/KR
T_K03	zabierania głosu w aktualnych debatach	P6S_KK
T_K04	wykazywania się kreatywnością i przedsiębiorczością w działaniu, samodzielnością oraz elastycznością w podejmowaniu decyzji jako pracownik lub przedsiębiorca turystyczny i rekreacyjny	P6S_KR
T_K05	okazania szacunku wobec klienta oraz troszczenia się o jego satysfakcję poprzez przestrzeganie norm funkcjonujących w społeczeństwie	P6S_KO/KR

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	TREŚCI PROGRAMOWE
MODUŁY ZAJĘĆ (przedmioty kierunkowe)		
BHP	T_W02 T_W16 T_U01 T_U19 T_K01	Podstawy prawne i regulacje BHP w turystyce i rekreacji Zagrożenia i ryzyka zawodowe w sektorze turystyki i rekreacji Pierwsza pomoc przedmedyczna w turystyce Bezpieczeństwo w organizacji imprez masowych i wydarzeń turystycznych Ergonomia pracy w turystyce i rekreacji Zarządzanie kryzysowe i ewakuacja w turystyce Bezpieczeństwo w aktywnościach outdoorowych Ochrona zdrowia i profilaktyka chorób zawodowych w turystyce
Ekologia i ochrona środowiska	T_W02 T_W05 T_W9 T_W11 T_U01 T_U03 T_U05 T_K02	"Zrównoważony rozwój (ekorozwój) - idea, definicja, wdrażanie; Zrównoważone korzystanie z zasobów naturalnych. Odnawialne i nieodnawialne źródła energii. Ekoturystyka, turystyka zrównoważona. Wykorzystanie zwierząt w turystyce. Turystyka w miejscowościach nadmorskich" "Ekologia - wyjaśnienie podstawowych pojęć; związki ekologii z turystyką; Autekologia i synekologia; funkcjonowanie ekosystemów; związki pomiędzy organizmami żywymi a środowiskiem. Wpływ turystyki na środowisko. Zarządzanie środowiskiem. EMAS, ekoetykietowanie, ecolabel" "Środowisko przyrodnicze, środowisko geograficzne - ujęcie komponentowe i kompleksowe; Biotyczne i abiotyczne środowisko życia litosferaanieczyszczenia środowiska: np. eutrofizacja, plastiki, farmaceutyki, chemizacja żywności. Nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych, deforestacja, przełowienie, deficyty wody na świecie. Inwazyjne gatunki obce, wpływ turystyki na introdukcje gatunków obcych, wpływ inwazyjnych gatunków obcych na bioróżnorodność" "Ochrona przyrody i krajobrazu w Polsce i na świecie
Ekonomia	T_W02 T_W08 T_W05 T_W03 T_U01 T_U03 T_U09 T_K04	Definiuje pojęcia ekonomiczne niezbędne w obszarze turystyki Porządkuje podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk gospodarczych mających wpływ na sektor turystyczny. Analizuje zjawiska społeczno-ekonomiczne występujące w gospodarce turystycznej i na rynku turystycznym. Analizuje popyt, aby na jego podstawie planować potrzeby rynku turystycznego, z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi. działa w sposób przedsiębiorczy, zarówno pełniąc rolę konsumenta lub przedsiębiorcy turystycznego i rekreacyjnego, a także pracownika przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego

Pedagogika czasu wolnego	T_W01 T_U02 T_K02	Celem zajęć jest przedstawienie studentom założeń psychologicznych i organizacyjnych oraz ewaluacyjnych w kreacji czasu wolnego użytkowników usług okołoturystycznych. Student zna podstawowe pojęcia związane z terminologią czasu wolnego, podstawowe teorie czasu wolnego, interdyscyplinarny wymiar czasu wolnego z uwypukleniem pedagogiki czasu wolnego. Student potrafi zorganizować zajęcia czasu wolnego. Student jest gotów do integracji przedstawicieli różnych grup społecznych w ramach animacji czasu wolnego.
Podstawy turystyki	T_W01 T_W02 T_W04 T_W05 T_W07 T_W13 T_U01 T_U03 T_U09 T_K04	Podstawowe pojęcia z zakresu turystyki: odwiedzający, turysta, ruch turystyczny, typy ruchu turystycznego, cechy ruchu turystycznego, czas wolny, relacje między czasem wolnym a turystyką i rekreacją, pojemność turystyczna, chłonność turystyczna Pojęcie overtourismu oraz jego wpływ na rozwój destynacji turystycznych na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym Pojęcie atrakcyjności turystycznej. Elementy określające atrakcyjność turystyczną regionów Rynek turystyczny - rodzaje, cechy charakterystyczne, podmioty funkcjonujące na współczesnym rynku turystycznym Usługi turystyczne - pojęcie, rodzaje, cechy Podaż turystyczna. Popyt turystyczny. Produkt turystyczny. Import turystyczny. Eksport turystyczny. Czynniki wpływające na rozwój współczesnej turystyki Pojęcie funkcji turystycznej. Klasyfikacja jednostek przestrzennych ze względu na poziom rozwoju funkcji turystycznej. Mierniki rozwoju współczesnej funkcji turystycznej Podstawowe i specyficzne rodzaje współczesnej turystyki Funkcje turystyki
Podstawy zarządzania	T_W10 T_W13 T_W18 T_U01 T_U03 T_U07 T_U15 T_U16 T_K04 T_K03 T_K02 T_K01	Pojęcie, istota i znaczenie zarządzania. Ewolucja teorii zarządzania. Miejsce nauk o zarządzaniu w dziedzinie nauk ekonomicznych oraz obszarze nauk społecznych " "Istota, cele, role i funkcje procesu zarządzania. Struktura procesu zarządzania" "Organizacja jako obiekt zarządzania. Rodzaje (typy) i elementy organizacji. Organizacja w otoczeniu" "Struktura organizacyjna - uwarunkowania i kierunki ewolucji. Zasady tworzenia i rozwoju organizacji w aspekcie biznesowym/ekonomicznym" Pojęcie i koncepcje formułowania strategii organizacji "Zarządzanie jako proces decyzyjny. Proces podejmowanie decyzji menedżerskich." "Kryteria oceny sprawności działań. Kontrola i controlling. Analiza i ocena funkcjonowania organizacji" "Role kierownicze (menedżerskie). Kompetencje kierownicze (menedżerskie) " "Współczesne koncepcje zarządzania. Zarządzanie w kontekście zmian" "Komunikacja w organizacji. Komunikowanie się z otoczeniem organizacji. " Zarządzanie w warunkach globalizacji (zarządzanie międzynarodowe) Kulturowy kontekst zarządzania (zarządzanie inter- i multikulturowe)

Wprowadzenie do studiów	T_W02 T_U01 T_K01	Kształcenie na kierunku - regulamin studiów, siatki programowe, efekty kształcenia, karty przedmiotów, punktacja ECTS, specjalizacje, organizacje studenckie. Struktura uczelni - Władze, Dziekanat, Biblioteka, Biuro karier, Dział obsługi finansowej, Dział współpracy z zagranicą. Organizacje studenckie - Działalność Samorządu Studenckiego, System stypendialny, Indywidualna organizacja studiów. Informatyzacja studiowania - konta studenckie, korespondencja elektroniczna, platform Moodle, Ekstranet.
Zarządzanie sprzedażą w turystyce	T_W11 T_W13 T_U07 T_U08 T_K02 T_K04	Istota elementów marketingu mix. Zarządzanie mix marketingiem w kreacji produktu i usług. Zarządzanie sprzedażą przez cele. Cele strategiczne a wiązki celów. Misja, wizja oraz wartości organizacji. Style promocji sprzedaży: promocja handlowa, konsumencka i promocja skierowana do własnych służb sprzedaży, promocja skierowana do osób decyzyjnych. Pakietowanie i ofertowanie produktów i usług w sprzedaży bezpośredniej oraz pośredniej. Istota up-sellingu, cross-sellingu oraz down-sellingu oraz jej wpływ na zwiększenie przychodów organizacji. Istota zarządzania sprzedażą w internecie. Optymalne zastosowanie: marketingu SEM, intranetu, mediów społecznościowych, blogów, buzz marketingu, prezentacji You tube, zakupów grupowych, pośredników internetowych, newsletterów, e-marketingu; Analiza marketingowa wybranego produktu lub usługi. Określanie roli i celu istnienia w procesie tworzenia misji firmy. Tworzenie ofert sprzedażowych produktów i usług. Tworzenie komplementarnej oferty sprzedaży danego produktu turystycznego. Przedstawienie sposobu sprzedaży danego produktu oferowanego w internecie, wskazanie pozytywnych i negatywnych aspektów takie działania, argumentacja.
Rekreacja ruchowa	T_W06 T_U02 T_U06 T_K02 T_K01	Zajęcia organizacyjne: - zapoznanie z tematyką ćwiczeń, warunkami zaliczenia, podanie obowiązującego piśmiennictwa - przedstawienie zasad przygotowywania się studentów do zajęć - zasady zaliczenia przedmiotu - gry rekreacyjne – wybór i przydział osób do przygotowania i przeprowadzenia poszczególnych form rekreacyjnych - podstawowe informacje z zakresu zasad organizacji imprez rekreacyjnych.
Geografia turystyczna	T_W01 T_W02 T_W04 T_W05 T_W09 T_W14 T_W10 T_W14 T_U01 T_K02	Zarys dziejów turystyki; Terminologia związana z geografią turystyczną; Przedmiot badań geografii turystycznej (turystyki); Związki geografii turystycznej z innymi obszarami wiedzy; Źródła wiedzy turystycznej;" Podział turystyki w zależności od stref ziemskich; Elementy turystyki zrównoważonej Wpływ turystyki na środowisko Zależność turystyki od środowiska Wpływ turystyki na przemiany ekonomiczne, społeczne i środowiskowe. Przestrzeń turystyczna i osadnictwo turystyczne Typy przestrzeni turystycznej; Atrakcyjność turystyczna; walory turystyczne, zagospodarowanie (infrastruktura) turystyczna "Ocena atrakcyjności środowiska dla turystyki

		Metody oceny środowiska przyrodniczego i antropogenicznego na potrzeby turystyki;" "Regiony turystyczne – podstawy teoretyczne i praktyczne; Cechy regionu turystycznego; Rodzaje regionów turystycznych; Elementy kartografii turystycznej;"
HoReCa	T_W02 T_W03 T_W06 T_W15 T_U01 T_U04 T_U07 T_K01 T_K02 T_K03	Podstawowa terminologia zagadnienia: hotel i jego specyfika, hotelarstwo, hotelarz, obiekt gastronomiczny, gastronom. Aktualne trendy w branży HoReCa w Polsce i na świecie. Współzależność turystyki i branży horeca. "Klasyfikacja i kategoryzacja obiektów hotelarskich. Podstawy formalno-prawne kategoryzacji, struktura rodzajowa obiektów. Istota i znaczenie kategoryzacji. Kultura kadry zawodowej branży HoReCa. Szczególne wymagania wynikające z charakteru i specyfiki zawodu. Pojęcie usługi hotelarskiej i gastronomicznej. Rodzaje i klasyfikacje usług w branży HoReCa. Cechy usługi hotelarskiej. Usługi branży HoReCa w kontekście potrzeb i oczekiwań rynku Organizacje HoReCa w Polsce i na świecie. Proekologiczne działania i rozwiązania w branży HoReCa. Branża HoReCa w praktyce, zapoznanie z pionami współczesnego hotelu, bezpośredni kontakt z kadrą zawodową, zapoznanie z wymaganiami w zakresie kształcenia i doświadczenia zawodowego, omówienie możliwości podjęcia praktyk zawodowych. Managing by walking
Język obcy	T_W02 T_W04 T_U06 T_U11 T_K01 T_K02	Słownictwo fachowe dla kierunku TiR - praktyczne zastosowanie języka, wprowadzenie podstawowej terminologii (glosariusz WSB dla kierunku turystyka i rekreacja) Nazwy zawodów i różnych stanowisk oraz przymiotniki opisujące osobowość i charakter. Geografia turystyczna, environmental issues, climate change – praca z tekstem, ćwiczenia leksykalne. Powtórka zasad gramatycznych - czasy, przedimki, przymyki, czasowniki frazowe, itp. Słownictwo fachowe dla turystyki i rekreacji- praktyczne zastosowanie języka, część druga i trzecia. SPA & wellness, massage – ćwiczenia leksykalne. Podróżowanie - podróż w celach turystycznych i służbowych. Potoczne, nieformalne wyrażenia w komunikacji codziennej. Aktywacja słownictwa: ćwiczenia w słuchaniu / mówieniu / pisaniu. Praktyka w zastosowaniu nowych i znanych form gramatycznych. Praca z wykorzystaniem ćwiczeń interaktywnych online.
Sukcesy i porażki	T_W02 T_W08 T_W05 T_W03 T_U01 T_U03 T_U09 T_K02	Zarządzanie zaangażowaniem i pasją Przekazywanie informacji i efektywna komunikacja Wykorzystywanie talentów i rozwijanie efektywności Mistrzowska umiejętność - wyznaczanie i realizacja celów Trójkąt efektywności zapamiętywania i kultura mentoringu Personal branding i budowanie profesjonalnego wizerunku
Metody pisania prac projektowych	T_W14 T_U02 T_K04	Rodzaje projektów Proces planowania projektu Proces realizacji projektu

		Proces weryfikacji zadań planowanych w projekcie
Podstawy rekreacji	T_W02 T_W06 T_W08 T_W13 T_U02 T_U10 T_K01 T_K02	Podstawowe pojęcia i definicje (rekreacja fizyczna, rekreacja ruchowa, sport dla wszystkich. Zarys dziejów rekreacji Znaczenie rekreacji ruchowej dla zdrowia w życiu współczesnego człowieka. Czynniki i bariery rozwoju rekreacji. Rekreacja w różnych grupach społecznych. Rola i zadania animatora rekreacji. Podstawowe formy i metody stosowane w rekreacji ruchowej cz.1, cz. 2. Istota rekreacji fizycznej – jej funkcje i znaczenie w różnych okresach życia człowieka. Zdrowotne wartości uczestnictwa w rekreacji – profilaktyka chorób cywilizacyjnych poprzez rekreację i sport dla każdego – czynniki ryzyka cz. 1, cz.2 Zarys organizacyjno-prawnych podstaw działalności w zakresie rekreacji w Polsce i wybranych krajach europejskich. Zasady organizacji imprez rekreacyjnych: klasyfikacja imprez, etapy organizacji imprez, zasady uczestnictwa w imprezach cz. 1, cz. 2 Wychowanie do uczestnictwa w kulturze fizycznej a szczególnie w rekreacji – rola szkoły mediów stowarzyszeń kultury fizycznej w promocji zdrowia Rekreacja w rodzinie – cele wartości środki – współpraca nauczyciela z rodzicami
Psychologia	T_W01 T_W05 T_W12 T_U07 T_U10 T_K01	Najważniejsze szkoły w psychologii Uczenie się przez warunkowanie i modelowanie Uczenie się jako zapamiętywanie informacji, funkcjonowanie pamięci Temperament, osobowość Inteligencja, emocje, motywacje Problematyka wpływu społecznego
Warsztaty komunikacji i prezentacji	T_W11 T_W14 T_U05 T_U10 T_K05	Komunikacja – podstawowe pojęcia i definicje Narzędzia wspomagające skuteczną komunikację ze szczególnym naciskiem na: fakty – interpretacje, parafrazowanie, odzwierciedlanie, empatię, ujawnianie intencji Charakterystyka typów osobowości w oparciu o model DISC "Konstruktywna krytyka - Krytyka jako narzędzie rozwoju i motywowania Zasady i udzielania informacji zwrotnej – model FKOZ, model ilościowej i jakościowej oceny zachowań" "Rozwiązywanie konfliktów w ramach zespołu Fazy i dynamika rozwoju konfliktu Style reagowania na konflikt - autodiagnoza własnego stylu Etapy rozwiązywania konfliktu – co robić w celu konstruktywnego rozwiązania sporu" Analiza transakcyjna - podstawowe pojęcia
Ekonomika turystyki i rekreacji	T_W01 T_W02 T_W03 T_W08 T_W13 T_W15 T_U01 T_U03 T_U09 T_U14	Ekonomika popytu turystycznego (cechy, kategorie, determinanty, metody pomiaru). Ekonomika podaży turystycznej (determinanty, cechy, mierniki). Przedsiębiorstwo turystyczne na rynku turystycznym. Struktury rynkowe. Turystyka w gospodarce narodowej. Ekonomiczne funkcje turystyki. Efekty ekonomiczne turystyki w skali makro. Metody mierzenia efektów ekonomicznych (rachunek satelitarny turystyki, turystyka w PKB). Turystyka a zatrudnienie. Turystyka w bilansie płatniczym. Turystyka międzynarodowa. Monokultury turystyczne. Turystyka enklawowa. Turystyka jako czynnik

	T_K04	rozwoju regionalnego i lokalnego. Uwarunkowania rozwoju turystyki w skali lokalnej. Ekonomiczne korzyści i koszty rozwoju turystyki. Efekty mnożnikowe. Polityka turystyczna państwa. Pojęcie ekonomiki turystyki i rekreacji Turystyka w strukturze potrzeb człowieka Pojęcie, cechy usług turystycznych Pojęcie, podmioty, cechy rynku turystycznego Turystyka jako sektor gospodarki Pojęcie przemysłu turystycznego oraz gospodarki turystycznej Związki turystyki z innymi sektorami gospodarki Pojęcie funkcji turystycznej i rekreacyjnej Efekt barceloński Ekonomiczne następstwa rozwoju funkcji turystycznej i rekreacyjnej dla jednostek samorządowych i branży turystycznej
Marketing usług turystycznych	T_W11 T_W17 T_W15 T_W13 T_U03 T_U06 T_U14 T_U15 T_K04	Charakterystyka otoczenia biznesu, m.in. wybrane metody analizy otoczenia. Specyfika badania marketingowych usług, w tym turystycznych i rekreacyjnych. Zachowania konsumentów na rynku usług turystycznych i rekreacyjnych. Wybrane prawidłowości, teorie i hipotezy dotyczące konsumpcji indywidualnej i gospodarstw domowych. Produkt jako element koncepcji marketingu usług turystycznych i rekreacyjnych w tym m.in. cykl innowacyjny i cykl życia produktu. Zasady wyznaczania ceny usług turystycznych i rekreacyjnych m.in. jakość jako podstawa wyznaczania ceny, analiza punktu rentowności. Dystrybucja i promocja jako element marketingu usług rekreacyjnych min. optymalizacja kosztów dystrybucji, prawo grawitacji Reillygo oraz wybrane instrumenty promocji i ich wykorzystanie w marketingu usług turystycznych i rekreacyjnych.
Prawo w turystyce	T_W12 T_W13 T_U09 T_U04 T_K02 T_K05	Prawo cywilne i postępowanie cywilne. Przedmiot prawa cywilnego, podmiot i przedmiot stosunku cywilnoprawnego, czynności prawne. Prawo rzeczowe - pojęcie rzeczy, własność i współwłasność, nabycie i utrata własności, ochrona własności. Zobowiązania – źródła zobowiązań, wierzytelność i dług, odpowiedzialność cywilna, zasada swobody umów, wybrane typy umów ze szczególnym uwzględnieniem umów wykorzystywanych w działalności turystycznej. Prawo gospodarcze i handlowe - wolność gospodarcza i jej ograniczenia, obowiązki przedsiębiorców, spółki osobowe i kapitałowe, ochrona konkurencji.
Drugi język obcy	T_W01 T_W05 T_U06 T_U11 T_K01 T_K04	Cada Día. Czynności związane z życiem codziennym. Czas teraźniejszy czasowników nieregularnych. Opis dnia i tygodnia pracy. La Ciudad. Słownictwo dotyczące miasta, instrukcje związane z poruszaniem się po mieście. Las comparaciones. Budowanie porównań, stopień wyższy przymiotników. Los españoles. Stereotypy dotyczące Hiszpanii (przymiotniki określające charakter), przysłówki związane z częstotliwością. Los horarios, la Vida cotidiana. Godziny, przymiotki związane z czasem. Typowe sytuacje życia codziennego. Repaso. Ogólne powtórzenie materiału leksykalnego i gramatycznego. e-learning
Fizjologia człowieka	T_W01 T_W05	Podstawy fizjologii komórki. Fizjologia układu mięśniowego. Fizjologia układu nerwowego. Fizjologia układu oddechowego.

	T_W08 T_U02 T_U03 T_K03 T_K01	Fizjologia układu krążenia. Fizjologia krwi. Fizjologia wzroku i słuchu. Fizjologia układu wydzielania wewnętrznego. Fizjologia układu pokarmowego. Fizjologia nerek. Termoregulacja. Fizjologia wysiłku fizycznego. Metabolizm. Odżywianie.)
Informatyka w turystyce	T_W11 T_W13 T_W06 T_W15 T_U05 T_U07 T_U08 T_K02 T_K04	Zastosowanie informatyki w hotelarstwie, gastronomii i biurze turystycznym. Rys historyczny. Sposoby pozyskiwania informacji turystycznej w oparciu o wyszukiwarki internetowe oraz chatGPT. Wybór miejskich oraz regionalnych portali turystycznych promujących dany region. Globalne systemy dystrybucji typu Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan jako narzędzie rezerwacyjne dla biur podróży oraz tour operatorów. Przegląd systemów rezerwacyjnych wykorzystywanych przez biura podróży. Dokonywanie rezerwacji pobytów wyjazdowych za pomocą systemu on-line TUI oraz CoralTravel. Hotelowe systemy rezerwacyjne. Omówienie programów stacjonarnych, funkcjonujących w chmurze oraz systemów obsługiwanych aplikacjami. Praca w systemie rezerwacyjnym KWhotel. Przyjmowanie rezerwacji, tworzenie profilu gościa, meldowanie, rozliczanie, wymeldowywanie. Praca w systemie rezerwacyjnym online IdoBooking. Obsługa systemu, zasada działania systemu Booking Engine oraz Channel Manager. Tworzenie oferty sprzedażowej produktu turystycznego z wykorzystaniem narzędzi pakietu MS Office. Przygotowanie kalkulacji, umieszczanie oferty w kanałach dystrybucyjnych. Tworzenie ofert konferencyjnych i bankietowych za pomocą narzędzi udostępnianych przez strony hotelowe. Wybór sal, rodzaje ustawienia, wybór menu, dodatkowe usługi.
Obsługa ruchu turystycznego	T_W06 T_W07 T_W09 T_W17 T_W15 T_U02 T_U05 T_U07 T_U08 T_U13 T_U16 T_U18 T_K02 T_K04	Podstawowe pojęcia związane z obsługą ruchu turystycznego: dokumenty związane z obsługą ruchu turystycznego, formy zawierania umów, rodzaje imprez turystycznych Grupa turystyczna: sylwetki osobowościowe turystów, konflikt w grupie Jakość obsługi ruchu turystycznego: pojęcie jakości, jakość oczekiwana, jakość postrzegana, kryteria oceny jakości usług turystycznych, źródła wiedzy o preferencjach turystów, zarządzanie reklamacjami w obsłudze turystów Organizacja imprezy turystycznej: programowanie imprezy turystycznej Kalkulacja imprezy turystycznej Pilotaż wycieczek: formy pracy pilota, obowiązki pilota, prawa pilota wycieczek, odpowiedzialność pilota wycieczek, podstawowe cechy i umiejętności pilota wycieczek Biuro podróży: wymogi, rynek biur podróży w Polsce Przewodnictwo turystyczne: rodzaje przewodników, klasy przewodnickie, uprawnienia przewodników Transport w turystyce Baza gastronomiczna i jej rola w obsłudze ruchu turystycznego Ustawa o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych

Promocja zdrowia	T_W10 T_U01 T_K01	Podstawy teoretyczne , terminologia, historia promocji zdrowia na świecie. Zasoby osobiste i społeczne jako element współczesnej promocji zdrowia. Style życia i zachowania zdrowotne. Zasady budowania, wdrażania i ewaluacji programów interwencyjnych z obszaru promocji zdrowia i profilaktyki programów zdrowotnych. Programy zdrowotne skierowane do wybranych grup ludności. Programy zdrowotne i skierowane do środowisk lokalnych (gmina, powiat, województwo, kraj) Opracowanie projektu interwencyjno-prewencyjnego. Prezentacje stworzonych projektów
Systemy rezerwacyjne w turystyce	T_W03 T_W06 T_W13 T_U03 T_U05 T_K02 T_K05	Celem kształcenia jest poznanie technologicznego wymiaru społeczeństwa informacyjnego, pojęcie technologii informacyjno-komunikacyjnych, rozwój i zalety oraz zagrożenia sieci Internet, znaczenie mediów społecznościowych, zmiany na rynku turystycznym wywołane przez technologie informacyjno-komunikacyjne, istota technologii mobilnych, znaczenie rozszerzonej i wirtualnej rzeczywistości, system informacji turystycznej w Polsce, regionalne systemy informacji turystycznej, źródła informacji turystycznej, bazy danych informacji turystycznej, obsługa klientów w zakresie informacji turystycznej, programowanie imprez turystycznych z wykorzystaniem Project, redagowanie strony internetowej, potencjalne zagrożenia w sieci i sposoby zabezpieczania informacji, użytkowanie dysku wirtualnego, komputerowe systemy rezerwacji on-line, systemy rezerwacji w turystyce.
General electives	T_W05 T_W08 T_U01 T_U05 T_U08 T_K02 T_K04	Celem przedmiotu jest pogłębienie wiedzy studentów na wybrany przez nich temat z dziedziny turystyki lub rekreacji.
Komercjalizacja produktów turystycznych	T_W09 T_W13 T_U01 T_U05 T_K01 T_K05	Kategoria produktu turystycznego – definicja i funkcje Rodzaje produktów turystycznych Produkt turystyczny jako zbiór wartości. Wymiary produktu turystycznego Adresaci działań w procesie usługowym Kształtowanie marki produktu turystycznego Budowanie społeczności wokół marki produktu turystycznego Wsparcie marketingowe dla produktu turystycznego Wizerunek produktu turystycznego i uwarunkowania jego kształtowania Zarządzanie marką produktu turystycznego w czasie i potrzeba jej "odświeżania" (cykl życia produktu) Kształtowanie asortymentu usług turystycznych przez oferenta (działania branży) Zarządzania produktem turystycznym (na różnych szczeblach - m.in działania zgodnie z "Trójstopniowym systemem zarządzania turystyką w Polsce" - narodowy, regionalny, lokalny + działania branżowe Proces akceptacji nowego produktu turystycznego Adaptacja innowacyjnych koncepcji zarządzania dla potrzeb produktu turystycznego Kontrola rezultatów działań wokół produktu turystycznego

		Dystrybucja produktu turystycznego (m.in. działalność BP, udział w targach turystycznych, promocja w wydawnictwach, wykorzystanie nowych technologii w komunikacji z rynkiem itp.) Przykłady Strategii rozwoju produktu turystycznego: Europa, świat (wybrane National Tourism Administrations, National Tourism Organisations, regiony, miasta, destynacje, branża) Przykłady Strategii rozwoju produktu turystycznego (Polska) : Ministerstwo Sportu i Turystyki, Polska Organizacja Turystyczna, wybrane województwa, regiony, gminy, miasta, branża Studia przypadków wybranych produktów turystycznych w Polsce i na świecie. Analiza różnych produktów turystycznych Strategie działań w etapach cyklu życia produktu turystycznego Projekty kampanii marketingowej dla wybranych produktów turystycznych (przykłady :Świat, Europa, Polska) Aktualne przykłady zarządzania produktem turystyczny (przykłady: Świat, Europa, Polska) Wybrane działania e-marketingu dla produktów turystycznych. Innowacyjne aktywności marketingowe w wybranych sytuacjach problemowych
Krajoznawstwo i architektura sztuki	T_W02 T_W03 T_W04 T_W07 T_W11 T_W01 T_U01 T_U13 T_U05 T_U09 T_K02 T_K03 T_K04	Celem realizowanych zajęć jest zapoznanie studentów z formami aktywności krajoznawczej, znaczeniem krajoznawstwa w turystyce, różnicowaniem walorów krajoznawczych Polski i ich roli w budowaniu produktu turystycznego, znaczeniem postawy krajoznawczej w warsztacie pracy pilota/przewodnika. Zapoznanie studentów z chronologią europejskiej architektury, podstawowymi stylami architektonicznymi oraz wybranymi zagadnieniami z malarstwa i rzeźby.
Projekt wdrożeniowy	T_W11 T_W14 T_U05 T_U10 T_K02	Psychologiczne podstawy procesów uczenia się i działania pamięci Style uczenia się Efektywne metody prowadzenie notatek i porządkowania informacji Metody i narzędzia organizacji pracy własnej Podstawy zarządzania projektami: tworzenie struktury analizy pracy, harmonogramów, wykresów Gantta Wyszukiwanie i selekcja informacji oraz materiałów źródłowych przy pisaniu prac projektowych "Proces kształcenia w uczelni wyższej - specyfika systemu dydaktyczno - wychowawczego; - cele, treści formy i zasady kształcenia; - możliwości środków dydaktycznych;"
Spotkanie z opiekunem praktyk	T_W03 T_U01 T_K05	Wprowadzenie do praktyk zawodowych i oczekiwania względem studentów Planowanie i organizacja praktyk zawodowych Komunikacja i współpraca z pracodawcami podczas praktyk Analiza i rozwiązywanie problemów podczas praktyk
Praktyka zawodowa	T_W02 T_W12 T_W15 T_U01	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.

	T_U04 T_U08 T_U11 T_K02 T_K04 T_K05	
Przedmioty do wyboru	T_W05 T_W08 T_U01 T_U05 T_U08 T_K02 T_K04	Celem przedmiotu jest pogłębienie wiedzy studentów na wybrany przez nich temat z dziedziny turystyki lub rekreacji.
Przedmioty do wyboru	T_W05 T_W08 T_U01 T_U05 T_U08 T_K02 T_K04	Celem przedmiotu jest pogłębienie wiedzy studentów na wybrany przez nich temat z dziedziny turystyki lub rekreacji.
Przygotowanie studenta do rynku pracy	T_W17 T_U04 T_U18 T_K02 T_K01	Pojęcie polityki zatrudnienia. Społeczne aspekty i narzędzia polityki zatrudnienia. Pojęcie rynku pracy, bezrobocie (rodzaje i skutki), pojęcie ryzyka bezrobocia Instytucje rynku pracy (rodzaje, zakres zadań, zasady ich realizacji) Instrumenty wspierające usługi rynku pracy (charakter, rodzaje, warunki korzystania z poszczególnych instytucji) "Nawyki dobrego planowania kariery. Testy osobowościowe – autodiagnoza, kwestionariusz „Moja rola w grupie”. Kompetencje społeczne: podstawowe zasady autoprezentacji, komunikacja interpersonalna, praca w zespole." "Proces rekrutacji: rodzaje dokumentów aplikacyjnych, przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej, typy i przebieg, najczęściej zadawane pytania"
Repetitorium wiedzy kierunkowej	T_W02 T_W03 T_W04 T_W04 T_W06 T_W07 T_W08 T_W09 T_W13 T_U19 T_K01	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z zasadami egzaminu końcowego oraz zasadami związanymi z zakończeniem studiów. Na zajęciach studenci mają również możliwość podzielenia się opinią na temat doświadczeń w zakresie zdobytej wiedzy.
Wychowanie fizyczne - Różne formy rekreacji	T_W01 T_U02 T_K02	Formy, metody i środki stosowane w rekreacji ruchowej. Motoryczność i sprawność fizyczna. Osnowa zajęć rekreacyjnych. Aktywność fizyczna różnych grup społecznych. Organizacja rekreacji w wybranych państwach Europy i Świata. Organizacja imprez rekreacyjnych. Podstawowe zagadnienia związane z rekreacją. Pojęcie czasu wolnego w aspekcie rekreacji ruchowej.

		Rola rekreacji ruchowej w promocji zdrowia i profilaktyce chorób cywilizacyjnych. Podział zajęć rekreacyjnych. Czynniki oddziałujące na organizm człowieka w warstwie rekreacyjnej. Korzyści płynące z aktywności fizycznej.
SPECJALNOŚĆ: TURYSTYKA EKSTREMALNA I SURVIVAL		
Przegląd i rozwój produktów turystyki ekstremalnej i survivalowej	T_W01 T_W02 T_U02 T_U05 T_K01	Wprowadzenie do turystyki ekstremalnej i survivalowej Analiza produktów turystyki ekstremalnej Turystyka survivalowa – strategie i wyzwania Trendy i innowacje w turystyce ekstremalnej i survivalowej Projektowanie nowych produktów turystyki ekstremalnej Zarządzanie ryzykiem i bezpieczeństwem w turystyce ekstremalnej
Komunikacja kryzysowa i PR w turystyce ekstremalnej	T_W03 T_W05 T_U03 T_U04 T_K03	Wprowadzenie do komunikacji kryzysowej i PR w turystyce ekstremalnej Identyfikacja i analiza potencjalnych kryzysów w turystyce ekstremalnej Strategie zarządzania kryzysowego dla organizatorów turystyki ekstremalnej Rola mediów w sytuacjach kryzysowych w turystyce ekstremalnej Tworzenie i wdrażanie planów komunikacji kryzysowej Budowanie i utrzymanie wizerunku marki po kryzysie Komunikacja z klientami i interesariuszami w sytuacjach kryzysowych Analiza przypadków kryzysowych w turystyce ekstremalnej
Projektowanie i zarządzanie produktami turystycznymi ekstremalnym	T_W02 T_W06 T_U02 T_U05 T_K02	Wprowadzenie do projektowania produktów turystyki ekstremalnej Analiza rynku i identyfikacja potrzeb klientów w turystyce ekstremalnej Proces tworzenia i testowania nowych produktów turystyki ekstremalnej Strategie zarządzania produktami w turystyce ekstremalnej Marketing i promocja produktów turystycznych ekstremalnych Ewaluacja i optymalizacja produktów turystyki ekstremalnej
Staż ekstremalny	T_W05 T_W09 T_U02 T_U06 T_K02	Wprowadzenie do specyfiki stażu w turystyce ekstremalnej Przygotowanie fizyczne i mentalne do pracy w ekstremalnych warunkach Bezpieczeństwo i zarządzanie ryzykiem na stażu ekstremalnym Praktyczne umiejętności i procedury w turystyce ekstremalnej Komunikacja i współpraca w zespole w trudnych warunkach Ewaluacja doświadczeń i rozwój osobisty po zakończeniu stażu ekstremalnego
Marketing i analiza rynku turystyki ekstremalnej oraz survivalowej	T_W02 T_W11 T_U05 T_U06 T_K04	Wprowadzenie do marketingu w turystyce ekstremalnej i survivalowej Segmentacja rynku i profilowanie klientów turystyki ekstremalnej Strategie promocji produktów turystyki ekstremalnej i survivalowej Analiza konkurencji w branży turystyki ekstremalnej Wykorzystanie mediów społecznościowych i influencer marketingu Badania rynku i analiza trendów w turystyce ekstremalnej

Etyka i odpowiedzialność ekologiczna w turystyce ekstremalnej	T_W05 T_W10 T_U04 T_U09 T_K05	Wprowadzenie do etyki w turystyce ekstremalnej Zasady odpowiedzialnej turystyki i ich znaczenie w ekosystemach ekstremalnych Minimalizowanie wpływu turystyki ekstremalnej na środowisko naturalne Współpraca z lokalnymi społecznościami i ich zaangażowanie w turystykę ekstremalną Regulacje prawne dotyczące ochrony środowiska w turystyce ekstremalnej Edukacja ekologiczna klientów turystyki ekstremalnej
SPECJALNOŚĆ: TURYSTYKA ŻEGLARSKA I SPORTY MOTOROWODNE		
Turystyka przygodowa i ekoturystyka na wodzie	T_W02 T_W09 T_U02 T_U05 T_K02	Wprowadzenie do turystyki przygodowej i ekoturystyki na wodzie Ekologiczne praktyki w turystyce żeglarskiej i sportach motorowodnych Planowanie i organizacja wypraw przygodowych na wodzie Zarządzanie wpływem turystyki wodnej na środowisko naturalne Bezpieczeństwo i zarządzanie ryzykiem w turystyce przygodowej na wodzie Współpraca z lokalnymi społecznościami i ochrona zasobów wodnych
Organizacja wydarzeń i regat żeglarskich	T_W09 T_W12 T_U02 T_U05 T_K02	Wprowadzenie do organizacji wydarzeń i regat żeglarskich Planowanie i logistyka dużych wydarzeń żeglarskich Zasady bezpieczeństwa i zarządzanie ryzykiem podczas regat Współpraca z uczestnikami, sponsorami i partnerami w organizacji regat Promocja i marketing wydarzeń żeglarskich Procedury formalne i regulacje prawne w organizacji regat
Staż żeglarski	T_W05 T_W09 T_U02 T_U06 T_K02	Wprowadzenie do stażu żeglarskiego i przygotowanie uczestników Podstawowe manewry i techniki żeglarskie na różnych typach jednostek Nawigacja i orientacja na wodzie Bezpieczeństwo na jachcie i procedury awaryjne Współpraca i komunikacja w załodze podczas rejsu Ewaluacja i rozwój umiejętności po zakończeniu stażu
Marketing i zarządzanie przedsiębiorstwem w branży wodnej	T_W02 T_W11 T_U05 T_U06 T_K04	Wprowadzenie do zarządzania przedsiębiorstwem w branży wodnej Analiza rynku i segmentacja klientów w turystyce wodnej Strategie marketingowe dla usług wodnych i sportów motorowodnych Zarządzanie zasobami i operacjami w firmie wodnej Budowanie marki i promocja przedsiębiorstw w branży wodnej Zarządzanie relacjami z klientami i partnerami w turystyce wodnej
Prawo morskie i regulacje wodne	T_W06 T_W14 T_U04 T_U09 T_K02	Wprowadzenie do prawa morskiego i regulacji wodnych Prawa i obowiązki jednostek pływających na wodach międzynarodowych i krajowych Regulacje dotyczące ochrony środowiska wodnego Międzynarodowe konwencje i umowy w zakresie żegluga i transportu morskiego Procedury celne i administracyjne w portach morskich Bezpieczeństwo i przepisy dotyczące ratownictwa morskiego

Projektowanie i rozwój produktów żeglarskich i motorowodnych	T_W02 T_W06 T_U02 T_U05 T_K02	Wprowadzenie do projektowania produktów w branży żeglarskiej i motorowodnej Analiza potrzeb rynku i identyfikacja trendów w turystyce wodnej Proces projektowania nowych produktów żeglarskich i motorowodnych Innowacje technologiczne i ich zastosowanie w produktach wodnych Testowanie i optymalizacja produktów wodnych przed wprowadzeniem na rynek Strategie marketingowe i komercjalizacja produktów w branży wodnej
SPECJALNOŚĆ: BLOGGER PODRÓŻNICZY		
Strategie mediów społecznościowych i personal branding	T_W09 T_W11 T_U05 T_U06 T_K02	Wprowadzenie do personal brandingu w mediach społecznościowych dla blogera podróżniczego Tworzenie strategii komunikacji i planu treści w mediach społecznościowych Dobór platform społecznościowych i optymalizacja treści pod kątem ich specyfiki (Instagram, YouTube, TikTok, Facebook) Budowanie zaangażowania i relacji z odbiorcami oraz zarządzanie społecznością Analiza efektywności działań w mediach społecznościowych i optymalizacja strategii Współpraca z markami i partnerami w ramach personal brandingu
Tworzenie treści cyfrowych i storytelling (certyfikat blogera podróżniczego)	T_W07 T_W13 T_U06 T_U17 T_K04	Wprowadzenie do cyfrowego storytellingu w blogowaniu podróżniczym Tworzenie angażujących treści pisanych – zasady pisania artykułów i relacji z podróży Fotografia podróżnicza i edycja zdjęć na potrzeby mediów społecznościowych i bloga Wideo storytelling – techniki nagrywania i montażu materiałów wideo z podróży Storytelling w różnych formatach – blog, vlog, social media i podcasty Planowanie i zarządzanie treściami cyfrowymi dla maksymalizacji zaangażowania
Prawo cyfrowe, etyka i odpowiedzialność społeczna	T_W06 T_W14 T_U04 T_U09 T_K02	Wprowadzenie do prawa cyfrowego – podstawy prawne funkcjonowania w przestrzeni internetowej Ochrona danych osobowych i prywatność w sieci (RODO i inne regulacje) Prawa autorskie i licencje w tworzeniu treści cyfrowych Etyka cyfrowa – odpowiedzialne tworzenie i udostępnianie treści Walka z dezinformacją i odpowiedzialność za treści w mediach społecznościowych Społeczna odpowiedzialność twórców w przestrzeni cyfrowej – wpływ na odbiorców i społeczeństwo
Zarządzanie i optymalizacja działalności blogowej	T_W02 T_W11 T_U05 T_U06 T_K04	Planowanie i organizacja pracy blogera – tworzenie harmonogramu publikacji Narzędzia analityczne w blogowaniu – monitorowanie ruchu i zaangażowania (Google Analytics, Search Console) Optymalizacja SEO dla treści blogowych – zasady pozycjonowania w wyszukiwarkach

		Strategia monetyzacji bloga – modele zarabiania, współpracy i programy afiliacyjne Automatyzacja i efektywność pracy – narzędzia do zarządzania treściami i publikacjami Budowanie długoterminowej strategii rozwoju i promocji bloga
Zaawansowana fotografia i produkcja wideo	T_W05 T_W06 T_U05 T_U06 T_K04	Techniki zaawansowanej fotografii – kompozycja, ekspozycja i praca ze światłem Fotografia w podróży – przygotowanie, wybór sprzętu i dokumentowanie lokalnych kultur Postprodukcja zdjęć – zaawansowane techniki edycji w programach graficznych (np. Lightroom, Photoshop) Filmowanie i edycja wideo – zasady planowania ujęć, kompozycja i praca z kamerą Montaż i efekty specjalne w produkcji wideo – edycja za pomocą programów takich jak Premiere Pro, Final Cut Storytelling wizualny – budowanie narracji i emocji za pomocą obrazu
Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych	T_W02 T_W06 T_U02 T_U05 T_K02	Identyfikacja potencjalnych kryzysów w mediach społecznościowych – analiza ryzyk i sygnałów ostrzegawczych Strategie komunikacji kryzysowej – planowanie działań i opracowanie scenariuszy reakcji Monitorowanie i analiza reakcji użytkowników – wykorzystanie narzędzi do analizy sentymentu i zaangażowania Rola rzecznika i zarządzanie zespołem w sytuacji kryzysowej Przykłady i analiza przypadków kryzysowych – studium przypadków z różnych branż Odbudowa wizerunku po kryzysie – długoterminowe działania naprawcze i budowanie zaufania
SPECJALNOŚĆ: MENEDŻER SPORTU I FITNESS		
Strategie zarządzania w sporcie i wellness	T_W03 T_W06 T_U02 T_U03 T_K04	Wprowadzenie do zarządzania organizacjami sportowymi i wellness Planowanie strategiczne w branży sportowej i wellness Zarządzanie personelem i zespołem trenerskim w obiektach sportowych Marketing i budowanie marki w sektorze sportu i wellness Zarządzanie finansami i optymalizacja kosztów w klubach sportowych i fitness Analiza potrzeb klientów i tworzenie ofert usług w sporcie i wellness
Globalne trendy w turystyce sportowej i zdrowotnej	T_W10 T_W13 T_U09 T_U12 T_K04	Wprowadzenie do turystyki sportowej i zdrowotnej – definicje i zakres Wzrost popularności wellness tourism – rola zdrowia i wellness w podróżach Ekoturystyka i zrównoważone praktyki w turystyce sportowej Wpływ technologii na turystykę sportową i zdrowotną – aplikacje, wearables i rozwiązania online Personalizacja i segmentacja rynku w turystyce zdrowotnej i sportowej Turystyka sportowa jako narzędzie promocji regionów i destynacji
Networking i partnerstwa biznesowe w sporcie	T_W06 T_W08 T_U15 T_U18 T_K03	Wprowadzenie do networkingu i jego znaczenie w branży sportowej Budowanie relacji biznesowych z partnerami i sponsorami sportowymi Strategie tworzenia wartościowych partnerstw w sporcie

		Współpraca z instytucjami publicznymi i organizacjami pozarządowymi Zarządzanie relacjami z kluczowymi interesariuszami w projektach sportowych Studia przypadków udanych partnerstw biznesowych w branży sportowej
Projektowanie oferty fitness i wellness	T_W02 T_W06 T_U02 T_U05 T_K02	Analiza potrzeb klientów w branży fitness i wellness Tworzenie programów fitness dopasowanych do różnych grup wiekowych i poziomów zaawansowania Projektowanie oferty wellness – od zajęć relaksacyjnych po programy odnowy biologicznej Innowacyjne trendy w ofercie fitness i wellness – mind-body, programy holistyczne, zdrowie psychiczne Personalizacja usług i programów wellness dla klientów premium Marketing i promocja oferty fitness i wellness
Finanse i zarządzanie budżetem	T_W06 T_W12 T_U07 T_U14 T_K04	Podstawy zarządzania finansami w organizacjach sportowych i wellness Planowanie budżetu operacyjnego i inwestycyjnego Analiza kosztów i przychodów w klubach sportowych i centrach wellness Zarządzanie płynnością finansową i kontrola wydatków Źródła finansowania i pozyskiwanie funduszy w branży sportowej i wellness Narzędzia do monitorowania i optymalizacji budżetu
Zarządzanie ryzykiem i prawne aspekty w sporcie	T_W06 T_W14 T_U04 T_U09 T_K02	Wprowadzenie do zarządzania ryzykiem w organizacjach sportowych Identyfikacja i ocena ryzyk związanych z działalnością sportową Zasady bezpieczeństwa i przepisy dotyczące ochrony uczestników Odpowiedzialność cywilna i prawna organizatorów wydarzeń sportowych Regulacje dotyczące umów sponsorskich i kontraktów zawodniczych Zarządzanie ryzykiem w sporcie ekstremalnym i wysokiego ryzyka

IV. PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH

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

V. PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
	STUDIA STACJONARNE

łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	96,2
	STUDIA NIESTACJONARNE 96,2
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 131
	STUDIA NIESTACJONARNE 132
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	5 ECTS
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	92
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym/zajęciom praktycznym	39
Wymiar zajęć z wychowania fizycznego	STUDIA STACJONARNE 60

VI. WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Wymiar: 960 godzin praktyk zawodowych.

Student wyznaczoną liczbę godzin (łącznie) 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 zawodowych.

VII. SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA DLA DANEGO KIERUNKU STUDIÓW

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 (<i>case study</i>)	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
Projekt wdrożeniowy	X	X	X
Egzamin dyplomowy	X	X	

Formy i metody prowadzenia zajęć oraz kryteria oceny i jej składowe dla poszczególnych zajęć określa karta przedmiotu.