

Załącznik nr 4
do Uchwały Senatu nr T.0022.67.2022
z dnia 11 lipca 2022 roku

PROGRAM STUDIÓW

INFORMACJE PODSTAWOWE

Nazwa kierunku studiów	Turystyka i rekreacja
Poziom kształcenia	Drugi stopień
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Język studiów	Polski
Forma studiów	Niestacjonarne
Liczba semestrów	4
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Magister
Specjalności <i>(jeżeli dotyczy)</i>	1. Menedżer hotelarstwa i gastronomii 2. International Tourism Management 3. Zarządzanie kongresami i dużymi wydarzeniami

PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU DO DZIEDZINY ORAZ DYSCYPLIN

Dziedzina nauki	Nauki społeczne		
Dyscyplina (dyscypliny) naukowe: jeśli kierunek studiów związany jest z dwoma lub więcej dyscyplinami, wymagane jest także określenie procentowego udziału liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów - ze wskazaniem dyscypliny wiodącej	Dyscyplina	Punkty ECTS	% ECTS
	Nauki o zarządzaniu i jakości (dyscyplina wiodąca)	67,5	65%
	Ekonomia i finanse	15	15%
	Nauki o kulturze fizycznej	20,5	20%

CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU

koncepty i cele kształcenia / związek z misją i strategią Uczelni / potrzeby społeczno-gospodarcze

Kierunek Turystyka i Rekreacja oferuje prorynkowe studia pozwalające zdobyć pogłębioną wiedzę i umiejętności menadżerskie, m.in. w zakresie: zarządzania biznesem hotelarskim i gastronomicznym, pracy w biurach podróży, komercjalizacji dużych imprez biznesowych i międzynarodowych, zarządzania ruchem turystycznym oraz korzystania z nowoczesnych rozwiązań technologicznych (ICT) na rynku międzynarodowym.

Program kierunku jest w pełni zgodny z misją uczelni na lata 2021–2024 i oferuje nowoczesne kształcenie studentów. Dzięki wiedzy absolwentów oraz stałej współpracy pracowników Katedry Turystyki i innych prowadzących zajęcia na kierunku z interesariuszami zewnętrznymi uzyskiwany jest realny wpływ na otoczenie zewnętrzne. Kierunek, podobnie jak Uniwersytet, ukierunkowany jest na

zrównoważony rozwój, program stara się kształtować takie wartości jak otwartość, różnorodność i kulturę innowacyjności.
Program studiów odpowiada na potrzeby społeczno-gospodarcze związane z dynamicznym rozwojem turystyki i rekreacji oraz przedsiębiorstw działających na rynku czasu wolnego.

LICZBA GODZIN ZAJĘĆ

Łączna liczba godzin zajęć	480
----------------------------	-----

LICZBA PUNKTÓW ECTS:

konieczna do ukończenia studiów	120
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	59
którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych (<i>jeżeli dotyczy</i>)	Nie dotyczy
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych	5
która może być uzyskana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	90

PRAKTYKI ZAWODOWE (*jeżeli dotyczy*): Nie dotyczy

Wymiar (<i>godziny lekcyjne</i>)	
Cel	
Zasady i forma odbywania	
Zasady i forma zaliczania	

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji		7
Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się (uniwersalnych pierwszego stopnia oraz charakterystyk drugiego stopnia)

P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:		
TiR_W01	w pogłębionym stopniu fakty, zjawiska i teorie z zakresu nauk społecznych, w szczególności nauk o zarządzaniu i jakości, będących podstawą teoretyczną dostarczającą zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwej dla turystyki i rekreacji;	P7S_WG
TiR_W02	w pogłębionym stopniu różne rodzaje struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych), zwłaszcza działających w sektorze turystyki i rekreacji oraz złożone zależności pomiędzy nimi;	P7S_WG
TiR_W03	w pogłębionym stopniu poglądy naukowe (szczególnie z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości) na temat metod i teorii wyjaśniających źródła, naturę, zmiany i sposoby działania struktur i instytucji społecznych w obszarze turystyki i rekreacji oraz rządzących nimi prawidłowości;	P7S_WG
TiR_W04	w sposób uporządkowany i podbudowany teoretycznie kluczowe zagadnienia na temat różnych kategorii więzi społecznych i kręgów kulturowych oraz na temat kulturowych, religijnych i etnicznych uwarunkowań problemów klienta w turystyce i rekreacji;	P7S_WG
TiR_W05	w pogłębionym stopniu pojęcia i mechanizmy psychospołeczne związane z kulturą fizyczną oraz zdrowiem i jego ochroną, w zakresie niezbędnym dla kierunku Turystyka i Rekreacja;	P7S_WG
TiR_W06	w pogłębionym stopniu zagadnienia dotyczące człowieka jako twórcy kultury, a także dylematów współczesnej cywilizacji, m.in. związanych z masowym rozwojem turystyki i rekreacji;	P7S_WK
TiR_W07	w pogłębionym stopniu społeczne, ekonomiczne, prawne, etyczne i organizacyjne uwarunkowania działalności zawodowej w turystyce i rekreacji, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego;	P7S_WK
TiR_W08	zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystujące pogłębioną wiedzę z zakresu dyscyplin naukowych właściwych dla kierunku Turystyka i Rekreacja, szczególnie nauk o zarządzaniu i jakości.	P7S_WK

P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:		
TiR_U01	wykorzystywać posiadaną wiedzę do twórczej interpretacji zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych) oraz rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów funkcjonowania turystyki i rekreacji (w nieprzewidywalnych warunkach również w sposób innowacyjny);	P7S_UW
TiR_U02	na bazie posiadanej wiedzy teoretycznej formułować własne opinie, dobierać właściwe źródła informacji oraz wykorzystywać istniejące i innowacyjne narzędzia i metody krytycznej analizy przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk społecznych zachodzących w turystyce i rekreacji;	P7S_UW
TiR_U03	formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi w obszarze turystyki i rekreacji;	P7S_UW
TiR_U04	komunikować się na tematy związane z turystyką i rekreacją ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, w tym prowadzić debatę i prezentować własne stanowisko, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów lub(i) danych statystycznych;	P7S_UK
TiR_U05	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistycznym słownictwem z zakresu turystyki i rekreacji;	P7S_UK
TiR_U06	kierować pracą zespołu i współdziałać z innymi, w tym organizować i realizować zajęcia kulturalne i rekreacyjne z różnymi grupami społecznymi;	P7S_UO
TiR_U07	samodzielnie uczyć się przez całe życie, planować własny rozwój i ukierunkowywać innych w tym zakresie.	P7S_UU
P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów do:		
TiR_K01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz treści wypowiedzi dotyczących turystyki i rekreacji jako zjawisk społeczno-ekonomicznych i kulturowych;	P7S_KK
TiR_K02	uznania znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w zakresie turystyki i rekreacji, a w przypadku	P7S_KK

	trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu do zasięgnięcia opinii ekspertów;	
TiR_K03	inicjowania i realizowania projektów społecznych w zakresie turystyki i rekreacji oraz przewidywania ich wielokierunkowych skutków dla środowiska i interesu publicznego;	P7S_KO
TiR_K04	demonstrowania postawy promującej zdrowie i aktywność fizyczną;	P7S_KO
TiR_K05	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, wykorzystując wiedzę nabytą w trakcie studiów na kierunku Turystyka i Rekreacja;	P7U_KO
TiR_K06	prawidłowego identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu, dbania o rozwijanie jego dorobku i podtrzymywanie etosu oraz przestrzegania zasad etyki w branży turystycznej i rekreacyjnej.	P7S_KR

OPIS PROCESU PROWADZĄCEGO DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

PLAN STUDIÓW¹

Rok studiów: Semestr studiów: łączna liczba godzin zajęć: łączna liczba punktów ECTS:				pierwszy pierwszy 138 30						
Lp.	Przedmiot (nazwa)	Forma zajęć	Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia przedmiotu	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				Zajęcia obowiązkowe (O) / do wyboru (W)
						NoZiJ	EiF	NoKF	Inne	
1.	Rachunkowość zarządcza	W + Ćw.	18	E	4	4	0	0	0	O
2.	Zarządzanie strategiczne	W + Ćw.	27	E	5	5	0	0	0	O
3.	Socjologia czasu wolnego	W	9	Z	3	1	0	0	2	O
4.	BHP i ergonomia	W	12	Z	4	3	0	1	0	O
5.	Marketing usług turystycznych	W + Ćw.	27	E	5	5	0	0	0	O

¹ W przypadku przyporządkowania kierunku do więcej niż jednej dyscypliny, przedmioty wskazane w planie studiów jako zajęcia obowiązkowe muszą zapewniać osiągnięcie w ramach dyscypliny wiodącej co najmniej połowy efektów uczenia się (co najmniej 51% punktów ECTS koniecznych do ukończenia kierunku).

6.	Turystyka na obszarach chronionych	W	9	Z	3	1	0	0	2	O
7.	Turystyka i rekreacja w rozwoju psychofizycznym człowieka	W + Ćw.	18	E	4	0	0	4	0	O
8.	Język obcy	Ćw.	18	Z	2	0	0	0	2	W

Rok studiów: Semestr studiów: łączna liczba godzin zajęć: łączna liczba punktów ECTS:					pierwszy drugi 117 30					
Lp.	Przedmiot (nazwa)	Forma zajęć	Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia przedmiotu	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				Zajęcia obowiązkowe (O) / do wyboru (W)
						NoZiJ	EiF	NoKF	Inne	
1.	Finanse	W	9	Z	3	0	3	0	0	O
2.	Zarządzanie jednostką terytorialną	W	9	Z	3	2	1	0	0	O
3.	Fizjologia pracy i wypoczynku	W	9	Z	3	1	0	1	1	O
4.	Informatyka w turystyce i rekreacji	W + Ćw.	18	E	4	2	1	0	1	O
5.	Planowanie turystyczne	W + Ćw.	18	E	4	2	0	0	2	O
6.	Techniki komunikacji w turystyce	W	9	Z	3	2	0	0	1	O
7.	Trening zdrowotny	W + Ćw.	18	E	4	0	0	3	1	O
8.	Turystyka kulturowa	W	9	Z	3	2	1	0	0	O
9.	Język obcy	Ćw.	18	E	3	0	0	0	3	W

Rok studiów: Semestr studiów: Specjalność: Menedżer hotelarstwa i gastronomii łączna liczba godzin zajęć: łączna liczba punktów ECTS:					drugi trzeci 117 30					
Lp.	Przedmiot (nazwa)					ECTS/dyscyplina(-y)				

		Forma zajęć	Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia przedmiotu	Liczba pkt. ECTS	NoZiJ	EiF	NoKF	Inne	Zajęcia obowiązkowe (O) / do wyboru (W)
1.	Zarządzanie personelem w hotelarstwie i gastronomii	W + Ćw.	18	E	4	4	0	0	0	W
2.	Biznes plan firm hotelarskich i gastronomicznych	Ćw.	9	Z	3	3	0	0	0	W
3.	Elementy prozdrowotnego stylu życia	W	9	Z	3	0	0	2	1	W
4.	Transport w turystyce	W + Ćw.	18	E	4	2	2	0	0	O
5.	DMO w rozwoju obszarów recepcji	W	9	Z	3	2	1	0	0	O
6.	Prognozowanie w turystyce	W + Ćw.	18	E	4	2	2	0	0	O
7.	Przedmioty do wyboru	W	18	Z	4	2	1	0,5	0,5	W
8.	Seminarium magisterskie	Sem.	18	Z	5	2,33	0,34	2,33	0	W

Rok studiów: Semestr studiów: Specjalność: International Tourism Management łączna liczba godzin zajęć: łączna liczba punktów ECTS:						drugi trzeci 117 30				
Lp.	Przedmiot (nazwa)	Forma zajęć	Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia przedmiotu	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				Zajęcia obowiązkowe (O) / do wyboru (W)
						NoZiJ	EiF	NoKF	Inne	
1.	World Heritage Sites	W	9	E	3	1	0	0	2	W
2.	International Event Management	Konw.	18	Z	4	3	1	0	0	W
3.	International Ski Resorts Management	W	9	Z	3	2	1	0	0	W
4.	Transport w turystyce	W + Ćw.	18	E	4	2	2	0	0	O

5.	DMO w rozwoju obszarów recepcji	W	9	Z	3	2	1	0	0	O
6.	Prognozowanie w turystyce	W + Ćw.	18	E	4	2	2	0	0	O
7.	Przedmioty do wyboru	W	18	Z	4	2	1	0,5	0,5	W
8.	Seminarium magisterskie	Sem.	18	Z	5	2,33	0,34	2,33	0	W

Rok studiów: Semestr studiów: Specjalność: Menedżer hotelarstwa i gastronomii łączna liczba godzin zajęć: łączna liczba punktów ECTS:	drugi czwarty 108 30
--	---

Lp.	Przedmiot (nazwa)	Forma zajęć	Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia przedmiotu	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				Zajęcia obowiązkowe (O) / do wyboru (W)
						NoZiJ	EiF	NoKF	Inne	
1.	Zarządzanie finansami przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych	W + Ćw.	18	E	4	4	0	0	0	W
2.	Badania zadowolenia i lojalności klientów w hotelarstwie	W	9	Z	2	2	0	0	0	W
3.	Strategie marketingowe międzynarodowych sieci hotelowych	W	9	Z	2	2	0	0	0	W
4.	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	W + Ćw.	18	E	4	4	0	0	0	O
5.	Turystyka kwalifikowana i sporty ekstremalne	W + Ćw.	18	E	4	2	0	2	0	O
6.	Przedmioty do wyboru	W	18	Z	4	2	1	0,5	0,5	W
7.	Seminarium magisterskie	Sem.	18	Z	10	4,67	0,66	4,67	0	W

Rok studiów: Semestr studiów: Specjalność: International Tourism Management łączna liczba godzin zajęć: łączna liczba punktów ECTS:						drugi czwarty 108 30				
Lp.	Przedmiot (nazwa)	Forma zajęć	Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia przedmiotu	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				Zajęcia obowiązkowe (O) / do wyboru (W)
						NoZiJ	EiF	NoKF	Inne	
1.	International Tourism 4.0	Konw.	9	Z	2	1	1	0	0	W
2.	International Visitor Attractions Management	W	9	E	2	0	0	0	0	W
3.	The Team Academy in Use: Tourism Start-up Managment	Ćw.	9	Z	2	2	0	0	0	W

4.	Animation in International Tourism	Ćw.	9	Z	2	0	0	2	0	W
5.	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	W + Ćw.	18	E	4	4	0	0	0	O
6.	Turystyka kwalifikowana i sporty ekstremalne	W + Ćw.	18	E	4	2	0	2	0	O
7.	Przedmioty do wyboru	W	18	Z	4	2	1	0,5	0,5	W
8.	Seminarium magisterskie	Sem.	18	Z	10	4,67	0,66	4,67	0	W

Rok studiów: Semestr studiów: Specjalność: Zarządzanie kongresami i dużymi wydarzeniami łączna liczba godzin zajęć: łączna liczba punktów ECTS:				drugi czwarty 108 30						
Lp.	Przedmiot (nazwa)	Forma zajęć	Liczba godzin dydak.	Forma zaliczenia przedmiotu	Liczba pkt. ECTS	ECTS/dyscyplina(-y)				Zajęcia obowiązkowe (O) / do wyboru (W)
						NoZiJ	EiF	NoKF	Inne	
1.	Obiekty wykorzystywane w branży spotkań	W + Ćw.	18	E	4	4	0	0	0	W
2.	Organizacje i stowarzyszenia branżowe	W	9	Z	2	1,5	0,5	0	0	W
3.	Targi i wystawy gospodarcze	Konw.	9	Z	2	2	0	0	0	W
4.	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	W + Ćw.	18	E	4	4	0	0	0	O
5.	Turystyka kwalifikowana i sporty ekstremalne	W + Ćw.	18	E	4	2	0	2	0	O
6.	Przedmioty do wyboru	W	18	Z	4	2	1	0,5	0,5	W
7.	Seminarium magisterskie	Sem.	18	Z	10	4,67	0,66	4,67	0	W

SPOSÓB WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Ocena bieżących osiągnięć odbywa się zgodnie z zaplanowanym i rozłożonym w ciągu całego semestru systemem monitorowania i oceniania postępów studentów za pomocą: ćwiczeń, zadań i projektów indywidualnych bądź grupowych, sprawdzianów śródsesemestralnych, kolokwii, aktywności na zajęciach, wypowiedzi ustnych, udziału w dyskusji itp. Wprowadzony system monitorowania i oceniania dla poszczególnych zajęć jest określony w kartach przedmiotów.

Metodami weryfikacji efektów uczenia się uzyskiwanych w procesie kształcenia są: egzamin pisemny, egzamin ustny, praca pisemna (np. esej itp.), prezentacja multimedialna, projekt grupowy itp.

Ocena stanu osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się w odniesieniu do założeń przyjętych w kartach przedmiotów w zakresie wiedzy (W), umiejętności (U) oraz kompetencji społecznych (K) odbywa się zgodnie z metodami weryfikacji efektów uczenia się i podlega raportowaniu zgodnie z *Informacją nauczyciela akademickiego o osiąganiu przez studentów zakładanych efektów uczenia się* za każdy kolejny semestr danego roku akademickiego.

KIERUNEK: TURYSTYKA I REKREACJA EFEKTY UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWE PRZYPISANE DO ZAJĘĆ (sporządzane dla przedmiotów wskazanych w planie studiów II stopnia)

Załącznik do programów studiów

Nazwa przedmiotu
Animation in International Tourism
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1: The student has knowledge about the principles of organisation of sports and recreational events in outbound and inbound tourism and their significance for the participants and the reception area. E2: Students will be able to organise a sports and recreation event of a given profile on the national and foreign market. E3: Students understand the need for detailed preparation of all aspects of an event, especially ensuring the safety of participants. He/she is able to cooperate in a group during the preparation. He/she is engaged during the classes.
Treści programowe przedmiotu
C1: Recreational functions of events and their importance in the link of dissemination of recreation. Criteria for dividing recreational events and their classification. Legal bases for organising sport-recreational and tourist events. Basic principles and stages of organising an event. The organising committee and its tasks. Material and financial plans for an event – permanent plans, one-off plans: event regulations, programme,

schedule, scenario. Estimates of costs, cost estimates. Financing recreational and tourist events: subsidies, income from sponsors, own funds, income from advertising. Rank of the event and image of the organizer.

C2: Systems of competition used in recreation - discussion of the most important systems used when organising sports tournaments (cup system, Brazilian system, each-against-each system, right-left system, mixed system). Animator – principles of working with a group, tasks and responsibilities of an animator. Tips practical work with people of different ages.

C3: Organisation of animation activities for children, youth, adults and seniors – practical activities.

Nazwa przedmiotu

Badania zadowolenia i lojalności klientów w hotelarstwie

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z pomiarem satysfakcji i lojalności. Posiada wiedzę ogólną na temat podstawowych technik pomiaru i skal pomiarowych.

E2: Student potrafi właściwie analizować przyczyny satysfakcji i lojalności klientów i rozumie przebieg procesów związanych z tymi zjawiskami.

E3: Student jest gotów do ustawicznego doskonalenia się i podnoszenia swoich umiejętności zawodowych oraz ma świadomość potrzeby dzielenia się wiedzą z innymi.

Treści programowe przedmiotu

W1: Wprowadzenie do problematyki badań satysfakcji i lojalności: Istota pomiaru satysfakcji (mechanizmy powstawania satysfakcji, modele teoretyczne satysfakcji, satysfakcja a postrzegana jakość usługi, dylematy pomiaru satysfakcji); Lojalność klienta i możliwości jej pomiaru (pojęcie i typy lojalności, proces kształtowania lojalności, programy lojalnościowe i możliwości ich monitorowania, dylematy pomiaru lojalności); Projektowanie badań (cel badań, problem badawczy, zmienne i wskaźniki, hipotezy, dobór próby, metoda badawcza, metody analizy, wnioski z badań).

W2: Metody i techniki badań stosowane w badaniach satysfakcji i lojalności: metody ilościowe i zakres ich zastosowań (wywiady kwestionariuszowe, ankiety, pozostałe metody). Obszary zastosowań metod jakościowych (wywiadów pogłębionych, grupowych, obserwacji uczestniczącej, kolażu narracyjnego), przykłady zastosowań w

obszarze hotelarstwa i gastronomii.

W3: Skale pomiarowe i indeksy stosowane w badaniach satysfakcji i lojalności: podstawowe zasady skalowania; skale proste, ich rodzaje i specyfika; zasady budowy skal złożonych i przykłady zastosowań, wiarygodność instrumentów pomiarowych (trafność skali, a jej rzetelność, spójność wewnętrzną); budowa indeksu (dobór pytań, zależności empiryczne, punktacja, walidacja).

W4: Opracowanie wyników badań: redukcja i kodowanie danych, zasady tabulacji danych, wnioski z badań, komputerowe wspomaganie badań satysfakcji i lojalności; czynniki warunkujące użyteczność wyników analizy; Etyczne aspekty badań satysfakcji i lojalności.

Nazwa przedmiotu

BHP i ergonomia

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student ma wiedzę o człowieku jako podstawowym elemencie układu człowiek-maszyna. Zna zasady funkcjonowania tego układu i jego uwarunkowania.

E2: Student potrafi analizować proces pracy i jego uwarunkowania. Posługuje się normami prawnymi w zakresie bhp.

E3: Student jest gotów dostrzegać korzyści wysokiej jakości ergonomicznej wyrobów i przeciwwskazań do pracy zmianowej. Zawsze podkreśla rolę przestrzegania przepisów bhp.

Treści programowe przedmiotu

W1: Ergonomia jako nauka interdyscyplinarna. Przedmiot badań ergonomii.

W2: Układ człowiek-maszyna. Zagrożenia wypadkiem w gastronomii. Utrzymanie czystości w obiektach gastronomicznych.

W3: Ewolucja ergonomii. Przewaga człowieka nad maszyną i odwrotnie.

W4: Techniki wzbogacania pracy.

Nazwa przedmiotu

Biznes plan firm hotelarskich i gastronomicznych

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu istotę biznes planu, jego cele, funkcje i elementy.

E2: Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady opracowania biznes planu oraz metody oceny ekonomicznej wykonalności opisanych w nim przedsięwzięć.

E3: Student potrafi prawidłowo analizować sytuację, prognozować przychody, koszty i przepływy pieniężne oraz opracować biznes plan przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego.

E4: Student jest gotów myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy. Jest gotów krytycznie spojrzeć na rozwiązanie własnego zespołu i innych, formułować oceny i wnioski.

Treści programowe przedmiotu

C1: Zagadnienia teoretyczne – wprowadzające (pojęcie, funkcje, cele, cechy biznes planu).

C2: Podstawowe zasady opracowywania i budowa biznes planu.

C3: Zagadnienia praktyczne – case study na opracowanie planu finansowego dla funkcjonującego przedsiębiorstwa hotelarskiego.

C4: Metody oceny przedsięwzięć inwestycyjnych opisanych w biznes planie.

C5: Biznes plan nowego przedsiębiorstwa hotelarskiego lub gastronomicznego.

C6: Weryfikacja zdobytej wiedzy i umiejętności w postaci kolokwium zaliczeniowego.

Nazwa przedmiotu

DMO w rozwoju obszarów recepcji

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student posiada pogłębioną wiedzę na temat roli Destination Management Organisations (DMOs) w zarządzaniu destynacjami turystycznymi (na poziomie lokalnym i regionalnym).

E2: Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania destynacjami do opisu i analizowania przyczyn, przebiegu procesów i zjawisk społeczno-gospodarczych związanych z rozwojem turystyki na danym obszarze recepcji turystycznej.

E3: Student potrafi posłużyć się nowymi kompetencjami społecznymi w zakresie planowania działań i współdziałania z różnymi podmiotami rynku turystycznego w miejscowości turystycznej lub w regionie.

E4: Student jest gotów do holistycznego zarządzania miejscami recepcji turystycznej,

m.in. z wykorzystaniem założeń modelu „The St. Gallen Model for Destination Management”.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Rodzaje destynacji turystycznych i najczęściej spotykane problemy związane z ich efektywnym zarządzaniem (grupy interesów, system powiązań między popytem i podażą usług turystycznych, źródła konfliktów).
- W2:** Geneza powstania, typologia oraz rola Destination Management Organisations (DMOs) w holistycznym zarządzaniu destynacjami turystycznymi.
- W3:** Znaczenie partnerstwa publiczno-prywatnego dla rozwoju DMOs na globalnym rynku turystycznym. Podstawowe różnice w funkcjonowaniu polskich i zagranicznych DMOs.
- W4:** Rola DMOs w tworzeniu produktów turystycznych. Wykorzystanie najnowszych rozwiązań technologicznych przy komercjalizacji produktów turystycznych.
- W5:** Znaczenie DMOs dla zrównoważonego rozwoju destynacji turystycznych. Studium przypadku.
- W6:** Ocena funkcjonowania DMOs w kontekście zmian na globalnym rynku turystycznym.
- W7:** DMOs trzeciej generacji, jako alternatywa dla obecnie funkcjonujących organizacji turystycznych. Omówienie innowacyjnego modelu „The St. Gallen Model for Destination Management (SGDM)” oraz przykładów jego implementacji w europejskich destynacjach turystycznych.
- W8:** Znaczenie identyfikacji strategicznych przepływów ruchu turystycznego (strategic visitor flows, SVF) dla holistycznego zarządzania destynacjami. Możliwości implementacji „The St. Gallen Model for Destination Management” w Polsce.

Nazwa przedmiotu

Elementy prozdrowotnego stylu życia

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student zna i rozumie zasady prowadzenia zdrowego stylu życia.
- E2:** Student potrafi prawidłowo interpretować podstawowe zjawiska zdrowego stylu życia.
- E3:** Student jest gotów do wykorzystania nabytej wiedzy oraz umiejętności w celu prowadzenia zdrowego stylu życia.

Treści programowe przedmiotu

W1: Rola i znaczenie aktywności fizycznej w prozdrowotnym stylu życia.

W2: Rola i znaczenie zdrowego odżywiania się w prozdrowotnym stylu życia.

W3: Rola i znaczenie radzenia sobie ze stresem w prozdrowotnym stylu życia.

W4: Unikanie szkodliwych zwyczajów i przyjmowanie dobrych bezpiecznych zwyczajów.

W5: Zasady udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.

W6: Kontrolowanie stanu swojego zdrowia.

W7: Bycie świadomym konsumentem. Ochrona środowiska.

W8: Podsumowanie zajęć, odpowiedzi na pytania.

Nazwa przedmiotu

Finanse

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie pojęcia z zakresu finansów, a w szczególności kategorie finansowe oraz strukturę i rolę systemu finansowego w gospodarce.

E2: Student potrafi analizować zjawiska i procesy pieniężne oraz zasady funkcjonowania instytucji finansowych i kredytowych.

E3: Student jest gotów do krytycznej oceny procesów pieniężnych w kontekście zmienności współczesnych rynków finansowych.

Treści programowe przedmiotu

W1: Przedmiot nauki o finansach - kategorie finansowe i zależności zachodzące między nimi.

W2: Struktura systemu finansowego i jego podstawowe ogniwa.

W3: Instytucje i instrumenty rynkowego systemu finansowego: rola giełd w systemie finansowym i gospodarczym.

W4: Instytucje i instrumenty rynkowego systemu finansowego: znaczenie instytucji kredytowych i instrumentów bankowych w kształtowaniu współczesnych procesów pieniężnych.

W5: Instytucje i instrumenty publicznego systemu finansowego: rola i wpływ rządu w kreowaniu procesów pieniężnych.

W6: Aktualne problemy polityki pieniężnej i fiskalnej.

Nazwa przedmiotu

Fizjologia pracy i wypoczynku

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student zna i rozumie czynności i funkcjonowanie poszczególnych układów fizjologicznych organizmu człowieka podczas wysiłku fizycznego i w różnych warunkach środowiskowych oraz w warunkach beczynności ruchowej.
- E2:** Student potrafi opisywać i interpretować przebieg reakcji fizjologicznych organizmu człowieka.
- E3:** Student jest gotów do planowania efektywnego wypoczynku po pracy.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Zmęczenie, lokalizacja oraz przyczyny, objawy i rodzaje zmęczenia. Wypoczynek (czynny i bierny) i sposoby jego aktywacji.
- W2:** Klasyfikacja wysiłków fizycznych. Procesy energetyczne i zmiany fizjologiczne podczas wysiłków fizycznych. Reakcje na wysiłek fizyczny osób w różnym wieku. Skutki beczynności ruchowej.
- W3:** Przystosowanie ustroju do zmieniających się warunków środowiska. Czynność mechanizmów termoregulacyjnych w spoczynku i podczas pracy w różnych warunkach fizycznych otoczenia. Zespół długu czasowego „jet lag”. Wydolność fizyczna, czynniki determinujące. Wydolność aerobowa, czynniki determinujące, metody oceny. Wydolność anaerobowa, czynniki determinujące, metody oceny.

Nazwa przedmiotu

Informatyka w turystyce i rekreacji

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student zna i rozumie większość typów współcześnie stosowanych zintegrowanych systemów informatycznych wykorzystywanych w turystyce i rekreacji.
- E2:** Student potrafi obsługiwać i wykorzystywać do zarządzania firmą turystyczną systemy informatyczne Comarch ERP oraz Fidelio.
- E3:** Student jest gotów do samodzielnego i krytycznego uzupełniania wiedzy i umiejętności w oparciu o kursy e-learningowe. Aktywnie uczestniczy w zajęciach.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Ewolucja zintegrowanych systemów informatycznych.
- W2:** Zintegrowane systemy informatyczne do zarządzania hotelem i restauracją.
- W3:** Istota, funkcje i korzyści stosowania systemów klasy CRM.

W5: Comarch ERP pakiet do zarządzania firmą.

W6: Wykorzystanie Internetu do promocji usług turystycznych i rekreacyjnych.

W7: Skuteczność i efektywność promocji i dystrybucji usług turystycznych i rekreacyjnych w Internecie. Zasady projektowania stron www.

C1: Fidelio – podstawowe dane o systemie.

C2: Profil gościa i rezerwacje.

C3: Skróty klawiaturowe.

C4: Raporty i statystyki.

C5: Recepcja.

C6: Zarządzanie pokojami.

C7: Wybrane funkcje arkusza kalkulacyjnego stosowane w analizach rynku turystycznego.

Nazwa przedmiotu

International Event Management

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1: The student will learn and understand the basic roles of the event industry in the local economy and economic system.

E2: The student is able to conceptually design a business event.

E3: The student is ready to use the knowledge and advice of experts in designing various forms of business events.

Treści programowe przedmiotu

K1: Professional Project Manager.

K2: Types of participants in various types of events.

K3: Entities in the event industry market (Host, PCO, DMC, Owner, ...).

K4: Subcontractors of services on the event market a. Catering (2h) b. Transportation (2h) c. Scenotechnics (2h) d. Venue (2h) e. Other (translator, florist, security) (2h).

K5: New technologies on the market.

K6: Content program of the events.

K7: Marketing of Event.

K8: Sponsorship and partnership in events.

K9: CSR in the event industry.

K10: Follow-up activities (Success Factors, Evaluation, ROI).

Nazwa przedmiotu

International Ski Resorts Management

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** The student has knowledge about the essence of the ski resort, its management principles and target markets.
- E2:** The student is able to use the proper ski resort management tools, define the target market and adapt the profile of the resort to this market.
- E3:** The student has a sense of responsibility for the safety of people using the ski resort.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** The essence and rules of functioning of the ski resort.
- W2:** Location of ski resorts in the world.
- W3:** The essence, principles and tools of managing Alpine resorts: Austria, France, Italy, Switzerland.
- W4:** Specifics of managing ski resorts in remote destinations: Georgia, Indian Kashmir, Iran.
- W5:** Ski resorts in Chile and Japan – management issues.
- W6:** Analysis of the consequences of global warming for the operation of ski resorts.

Nazwa przedmiotu

International Tourism 4.0

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** The student has knowledge of the field of smart tourism, using of new technology in tourism.
- E2:** The student is able to provide examples of the use of modern technologies in the tourism market.
- E3:** The student shows activity and creativity during classes, manifested in his abilities make judgments, spot differences and make decisions.

Treści programowe przedmiotu

- K1:** The introduction to the course.
- K2:** From Web 1.0 to Web 4.0.
- K3:** The generations in the tourist market and their features.

- K4:** The growth of new technology in tourism. New technology in the tourist market.
K5: Tourism and its impact on the development of the economic situation of countries.
K6: The application of new technology in tourism – the individual projects of students.

Nazwa przedmiotu

International Visitor Attractions Management

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student has knowledge of the essence of tourist attractions and the rules for offering them to tourists.
E2: The student is able to manage a given tourist attraction in a proper way from a business point of view while maintaining the principles of sustainable tourism development.
E3: A student is aware of the responsibility for people using a given tourist attraction.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** The role and nature of visitor attractions.
W2: Developing tourists attraction provision.
W3: Authenticating ethnic tourism attractions.
W4: Rediscovering the imagination: meetings the needs of the „new” visitors.
W5: Managing visitors impact.
W6: Managing human resources in visitors attractions.
W7: Marketing visitors attractions: a collaborative approach.

Nazwa przedmiotu

Język angielski

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student posiada wiedzę odpowiednią do swojego poziomu językowego (od poziomu A2 do C1), określonego w Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego (CEFR), która umożliwia zrozumienie przekazu ustnego i pisanego, jak również komunikację werbalną i pisemną w języku angielskim w zakresie tematyki kierunkowej.
E2: Student potrafi wyrazić w sposób adekwatny do wymaganego poziomu językowego zasadnicze aspekty problemów konkretnych lub abstrakcyjnych, przedstawionych w tekstach złożonych, łącznie z dyskusją specjalistyczną w zakresie

kierunkowej tematyki zawodowej.

E3: Student jest gotów nawiązać interakcję w języku angielskim oraz posiada umiejętność radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych. Jest przygotowany do pracy w zespole, również międzynarodowym.

Treści programowe przedmiotu

C1: Podstawowe zagadnienia występujące w dziedzinie turystyki i rekreacji w zgodzie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej SJO oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C2: Szczegółowe zagadnienia specyficzne dla kierunku Turystyka zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C3: Odpowiednie dla poziomu językowego elementy wiedzy systemowej języka (gramatyka, składnia, frazeologia, fonetyka) zgodnie z sylabusem SJO oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C4: Umiejętności typu soft skills i komunikacja międzykulturowa zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ.

C5: Korespondencja handlowa/służbowa z uwzględnieniem specyfiki kierunku Turystyka i rekreacja zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

Nazwa przedmiotu

Język francuski

Język prowadzenia zajęć

francuski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student posiada wiedzę systemową odpowiednią do swojego poziomu językowego, określonego w Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego, która umożliwia zrozumienie przekazu ustnego i pisanego, jak również komunikację werbalną i pisemną w języku francuskim w zakresie tematyki kierunkowej.

E2: Student potrafi wyrazić w sposób adekwatny do wymaganego poziomu języka francuskiego zasadnicze aspekty problemów przedstawionych w tekstach złożonych, łącznie z dyskusją specjalistyczną w zakresie kierunkowej tematyki zawodowej.

E3: Student jest gotów nawiązać interakcję komunikacyjną w języku francuskim oraz posiada umiejętność radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych. Jest przygotowany do pracy w zespole, również w środowisku międzynarodowym.

Treści programowe przedmiotu

C1: Podstawowe zagadnienia ekonomii i biznesu (rekrutacja, zarządzanie, marketing, sprzedaż, ICT, organizacja i finanse firmy, kultura korporacyjna, etyka w biznesie)

zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C2: Odpowiednie dla poziomu językowego elementy wiedzy systemowej języka (gramatyka, składnia, frazeologia, fonetyka) zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C3: Korespondencja handlowa/służbowa z uwzględnieniem specyfiki kierunku zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C4: Umiejętności typu soft skills i komunikacja międzykulturowa zgodnie z sylabusem CJ.

Nazwa przedmiotu

Język hiszpański

Język prowadzenia zajęć

hiszpański

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie system języka docelowego odpowiedni do swojego poziomu, określonego w Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego, który umożliwia zrozumienie przekazu ustnego i pisanego, jak również komunikację werbalną i pisemną w języku hiszpańskim w zakresie tematyki kierunkowej.

E2: Student potrafi wyrazić w sposób adekwatny do wymaganego poziomu języka hiszpańskiego zasadnicze aspekty problemów przedstawionych w tekstach złożonych, łącznie z dyskusją specjalistyczną w zakresie kierunkowej tematyki zawodowej.

E3: Student jest gotów do nawiązania interakcji komunikacyjnej w języku hiszpańskim oraz posiada umiejętność radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych. Jest przygotowany do pracy w zespole, również w środowisku międzynarodowym.

Treści programowe przedmiotu

C1: Podstawowe zagadnienia ekonomii i biznesu (rekrutacja, zarządzanie, marketing, sprzedaż, ICT, organizacja i finanse firmy, kultura korporacyjna, etyka w biznesie) zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C2: Odpowiednie dla poziomu językowego elementy wiedzy systemowej języka (gramatyka, składnia, frazeologia, fonetyka) zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C3: Korespondencja handlowa/służbowa z uwzględnieniem specyfiki kierunku zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

C4: Umiejętności typu soft skills i komunikacja międzykulturowa zgodnie z sylabusem CJ.

Nazwa przedmiotu
Język niemiecki
Język prowadzenia zajęć
niemiecki
Realizowane efekty uczenia się
E1: Student zna i rozumie system języka docelowego odpowiedni do swojego poziomu określonego w ESOKJ, który umożliwia zrozumienie przekazu ustnego i pisanego, jak również komunikację werbalną i pisemną w języku niemieckim w zakresie tematyki kierunkowej. E2: Student potrafi wyrazić w sposób adekwatny do wymaganego poziomu j. niemieckiego zasadnicze aspekty problemów przedstawionych w tekstach złożonych, łącznie z dyskusją specjalistyczną w zakresie kierunkowej tematyki zawodowej. E3: Student jest gotów do nawiązania interakcji w języku niemieckim oraz posiada umiejętność radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych. Jest przygotowany do pracy w zespole, również w środowisku międzynarodowym.
Treści programowe przedmiotu
C1: Podstawowe zagadnienia ekonomii i biznesu (rekrutacja, zarządzanie, marketing, sprzedaż, ICT, organizacja i finanse firmy, kultura korporacyjna, etyka w biznesie) zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR. C2: Odpowiednie dla poziomu językowego elementy wiedzy systemowej języka (gramatyka, składnia, frazeologia, fonetyka) zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR. C3: Korespondencja handlowa/służbowa z uwzględnieniem specyfiki kierunku zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR. C4: Umiejętności typu soft skills i komunikacja międzykulturowa zgodnie z sylabusem CJ.

Nazwa przedmiotu
Język rosyjski
Język prowadzenia zajęć
rosyjski
Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student posiada wiedzę systemową odpowiednią do swojego poziomu językowego, określonego w Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego, która umożliwia zrozumienie przekazu ustnego i pisanego, jak również komunikację werbalną i pisemną w języku rosyjskim w zakresie tematyki kierunkowej
- E2:** Student potrafi wyrazić w sposób adekwatny do wymaganego poziomu j. zasadnicze aspekty problemów przedstawionych w tekstach złożonych, łącznie z dyskusją specjalistyczną w zakresie kierunkowej tematyki zawodowej.
- E3:** Student jest gotów do nawiązania interakcji w języku rosyjskim oraz posiada umiejętność radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych. Jest przygotowany do pracy w zespole, również w środowisku międzynarodowym.

Treści programowe przedmiotu

- C1:** Podstawowe zagadnienia ekonomii i biznesu (rekrutacja, zarządzanie, marketing, sprzedaż, ICT, organizacja i finanse firmy, kultura korporacyjna, etyka w biznesie) zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.
- C2:** Odpowiednie dla poziomu językowego elementy wiedzy systemowej języka (gramatyka, składnia, frazeologia, fonetyka) zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.
- C3:** Korespondencja handlowa/służbowa z uwzględnieniem specyfiki kierunku zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.
- C4:** Umiejętności typu soft skills i komunikacja międzykulturowa zgodnie z sylabusem CJ.

Nazwa przedmiotu

Język włoski

Język prowadzenia zajęć

włoski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student posiada wiedzę systemową odpowiednią do swojego poziomu językowego, określonego w Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego, która umożliwia zrozumienie przekazu ustnego i pisanego, jak również komunikację werbalną i pisemną w języku włoskim w zakresie tematyki kierunkowej.
- E2:** Student potrafi wyrazić w sposób adekwatny do wymaganego poziomu języka włoskiego zasadnicze aspekty problemów przedstawionych w tekstach złożonych, łącznie z dyskusją specjalistyczną w zakresie kierunkowej tematyki zawodowej.
- E3:** Student jest gotów do nawiązania interakcji w języku włoskim oraz posiada umiejętność radzenia sobie w sytuacjach konfliktowych. Jest przygotowany do pracy w zespole, również w środowisku międzynarodowym.

Treści programowe przedmiotu

- C1:** Podstawowe zagadnienia ekonomii i biznesu (rekrutacja, zarządzanie, marketing, sprzedaż, ICT, organizacja i finanse firmy, kultura korporacyjna, etyka w biznesie) zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.
- C2:** Odpowiednie dla poziomu językowego elementy wiedzy systemowej języka (gramatyka, składnia, frazeologia, fonetyka) zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.
- C3:** Korespondencja handlowa/służbowa z uwzględnieniem specyfiki kierunku zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.
- C4:** Umiejętności typu soft skills i komunikacja międzykulturowa zgodnie z sylabusem CJ.

Nazwa przedmiotu

Marketing usług turystycznych

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu kluczowe kategorie marketingowe w turystyce.
- E2:** Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu reguły, narzędzia i koncepcje marketingowe na rynku usług turystycznych.
- E3:** Student potrafi na bazie posiadanej wiedzy prawidłowo analizować i interpretować problemy funkcjonowania rynku turystycznego oraz wykorzystywać instrumenty marketingowe celem ich eliminacji.
- E4:** Student jest gotów myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy, pełniąc różne role w zespołach dowolnego podmiotu gospodarki turystycznej.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Marketing jako koncepcja kształtowania stosunków rynkowych w turystyce.
- W2:** Segmentacja rynku usług turystycznych (istota, procedury i zastosowanie przy formułowaniu strategii marketingowej).
- W3:** Produkt jako element marketingu usług turystycznych (pojęcie, struktura, wymiary, cykl życia).
- W4:** Ceny w marketingu usług turystycznych (pojęcie, funkcje, strategie).
- W5:** Wpływ cyklu życia produktu na poziom cen i prowadzenie ich polityki.
- W6:** Dystrybucja usług turystycznych (pojęcie, proces kształtowania, typologia kanałów i procedura ich wyboru).
- W7:** Integracja pionowa i pozioma w kanałach dystrybucji na rynku usług

turystycznych.

W8: System promocji jako element marketingu usług turystycznych (reklama, propaganda turystyczna, sprzedaż osobista i promocja uzupełniająca).

C1: Kryteria segmentacji rynku usług turystycznych.

C2: Polityka produktu przedsiębiorstwa turystycznego i obszaru recepcji.

C3: Podstawy kształtowania i funkcje cen na rynku usług turystycznych.

C4: Określenia najczęściej stosowane w reklamie i public relations w turystyce.

Nazwa przedmiotu

Obiekty wykorzystywane w branży spotkań

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna podstawowe rodzaje obiektów wykorzystywanych w branży spotkań.

E2: Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę o obiektach, ich specyfice i możliwościach organizacyjnych dla potrzeb przeprowadzania różnego rodzaju spotkań i wydarzeń.

E3: Student jest gotów do kreatywnego zaspokajania potrzeb klientów w nietypowych sytuacjach towarzyszących organizacji spotkań lub wydarzeń (np. kongresu, targów lub spotkań biznesowych).

Treści programowe przedmiotu

W1: Wprowadzenie do rodzajów obiektów. Menadżer obiektu i zespół obsługujący wydarzenie.

W2: Hotele biznesowe i konferencyjne. Kontraktowanie z obiektem konferencyjnym. (Zajęcia terenowe połączone z wizytacją wybranych obiektów).

W3: Obiekty kongresowe; Obiekty specjalnego przeznaczenia (np. zamki, pałace, itp.) wykorzystywane w branży spotkań; Obiekty kultury (muzea, kina, teatry, itp.) Obiekty akademickie (uczelnie); Inne obiekty. Zajęcia terenowe połączone z wizytacją wybranych obiektów.

W4: Spotkanie podsumowujące specyfikę obiektów.

C1: Informacje organizacyjne, przedstawienie warunków zaliczenia, podział pracy między poszczególne grupy projektowe oraz prezentacja harmonogramu pracy, a także krótkie wprowadzenie do zagadnień teoretycznych dot. obiektów wykorzystywanych w branży spotkań.

C2: Przygotowanie projektów zaliczeniowych dot. problemów/zagadnień charakterystycznych dla danego typu obiektu branży spotkań.

C3: Zajęcia terenowe połączone z wizytacją wybranych obiektów: hotele biznesowe i

konferencyjne.

C4: Zajęcia terenowe połączone z wizytacją wybranych obiektów: obiekty kongresowo-konferencyjne.

C5: Zajęcia terenowe połączone z wizytacją wybranych obiektów: pozostałe kategorie obiektów branży spotkań (obiekty specjalnego przeznaczenia – zamki, pałace; obiekty kultury np. muzea, kina, teatry; obiekty akademickie – uczelnie).

Nazwa przedmiotu

Organizacja spotkań biznesowych

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie różne rodzaje struktur oraz podmiotów turystyki biznesowej.

E2: Student potrafi rozpoznać wymagania stawiane organizacji wydarzenia.

E3: Student jest gotów do formułowania opinii dotyczących różnych aspektów związanych z organizacją spotkań (w ramach turystyki biznesowej).

Treści programowe przedmiotu

W1: PPM (professional meeting manager) i zespół realizacyjny.

W2: Usługi podwykonawcze, oznakowanie i wizualizacja na wydarzeniach.

W3: Organizacja cateringu podczas wydarzenia.

W4: Organizacja transportu podczas wydarzenia.

W5: Scenotechnika (AVL na wydarzeniu, aranżacja, florystyka).

W6: Organizacja imprez/wystaw towarzyszących.

W7: Nowe technologie podczas organizacji wydarzeń.

W8: Działania po spotkaniu (czynniki sukcesu/ocena, ROI).

Nazwa przedmiotu

Organizacje i stowarzyszenia branżowe

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie cele, misję, strukturę oraz rodzaje działalności prowadzonej przez poszczególne organizacje i stowarzyszenia branżowe w odniesieniu do 4 sektorów branży MICE.

E2: Student potrafi posługiwać się wiedzą na temat stowarzyszeń branżowych MICE na rynku polskim do planowania własnej ścieżki zawodowej.

E3: Student jest gotów do podjęcia działalności w organizacjach i stowarzyszeniach branżowych działających w sektorze podróży biznesowych na świecie i w Polsce.

Treści programowe przedmiotu

W1: Geneza powstania stowarzyszeń branżowych MICE oraz ich rola na globalnym rynku turystyki biznesowej.

W2: Rola i rodzaje stowarzyszeń wspierających branżę spotkań oraz destynacje biznesowe na świecie i w Polsce.

W3: Rola i rodzaje organizacji branżowych wspierających branżę konferencyjno-kongresową.

W4: Rola i rodzaje organizacji branżowych wspierających sektor podróży motywacyjnych oraz branżę targowo-wystawienniczą.

W5: Stowarzyszenia branżowe MICE na rynku polskim. Ich rodzaje i rola, jaką pełnią dla rozwoju branży MICE w Polsce.

Nazwa przedmiotu

Planowanie kongresów i spotkań

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie proces planowania dużego wydarzenia typu kongres.

E2: Student potrafi samodzielnie zaproponować działania zmierzające do zaplanowania kongresu lub spotkania.

E3: Student jest gotów do formułowania opinii dotyczących różnych aspektów związanych z organizacją wydarzeń (kongresów, targów, itp.).

Treści programowe przedmiotu

W1: Rodzaje uczestników i proces ich rejestracji.

W2: Nowe technologie w planowaniu wydarzeń.

W3: CCB i inne podmioty na rynku. Site selection.

W4: Zarządzanie ryzykiem wydarzenia, finansami i budżetem.

W5: Rozwój programu merytorycznego wydarzenia.

W6: Marketing i promocja wydarzenia.

W7: Sponsoring i partnerstwo.

W8: CSR. Środowisko naturalne a spotkania.

- C1:** Przedstawienie i zapoznanie się z podstawowymi funkcjami wybranych, wiodących systemów informatycznych stosowanych przez podmioty zajmujące się organizacją kongresów i spotkań (z naciskiem na planowanie wydarzeń).
- C2:** Przygotowanie studentów do samodzielnej pracy w wybranych systemach informatycznych stosowanych przez branżę spotkań oraz wykorzystania poszczególnych funkcji systemu w celu stworzenia i obsługi danego rodzaju spotkania.
- C3:** Weryfikacja zdobytej wiedzy i umiejętności – kolokwium zaliczeniowe.

Nazwa przedmiotu

Planowanie turystyczne

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student ma rozszerzoną wiedzę o charakterze nauk ekonomicznych, zwłaszcza w zakresie gospodarki przestrzennej, planowania przestrzennego, geografii turystycznej oraz ekonomiki i organizacji turystyki.
- E2:** Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu planowania przestrzennego do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk społecznych, w tym głównie związanych z rozwojem turystyki, oraz potrafi formułować własne opinie i dobierać krytyczne dane i metody analiz.
- E3:** Student jest gotów do uczenia się przez całe życie, potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Turystyka jako dział gospodarki i zjawisko przestrzennej.
- W2:** Zagadnienia rozwoju turystyki i rekreacji w planowaniu przestrzennym i społeczno-gospodarczym na przykładzie Polski.
- W3:** Rozwój planowania przestrzennego i społeczno-gospodarczego na przykładzie Polski i miejsce turystyki w opracowywanych planach przestrzennych i społeczno-gospodarczych.
- W4:** Polityka państwa w zakresie gospodarki turystycznej.
- W5:** Plany rozwoju obszarów turystycznych.
- W6:** Turystyka w planach ochrony i zadaniach ochronnych opracowanych dla: parków narodowych, parków krajobrazowych, rezerwatów przyrody, Obszarów Natura 2000.
- W7:** Plany rozwoju produktów turystyczno-rekreacyjnych.
- W8:** Strategia rozwoju turystyki (na przykładzie Polski, województwa małopolskiego, miasta Krakowa, dowolnej miejscowości).

- C1:** Wprowadzenie do zagadnień planowania turystycznego, organizacja pracy, wymogi i zasady zaliczania ćwiczeń.
- C2:** Turystyka jako zjawisko przestrzenne. Zagadnienia: definicje turystyki w ujęciu przestrzennym, pojęcie przestrzeni turystycznej, turystyczne jednostki przestrzenne, podziały przestrzeni turystycznej, zrównoważony rozwój jako podstawa rozwoju turystyki w regionie.
- C3:** Dobra turystyczne, walory turystyczne + zagospodarowanie turystyczne. Zagadnienia: pojęcie zagospodarowania turystycznego, podziały i klasyfikacje infrastruktury turystycznej, elementy zagospodarowania turystycznego, walory turystyczne, zasady zagospodarowania przestrzeni oraz wykorzystania zasobów.
- C4:** Plany, strategie – podstawa planowania turystycznego. Zagadnienia: polityka przestrzenna – definicja, podmioty i przedmioty polityki przestrzennej, skuteczność i efektywność polityki przestrzennej, idea ładu przestrzennego, podstawa planowania przestrzennego w turystyce i rekreacji na różnych poziomach zarządzania.
- C5:** Miejsce turystyki w aktualnie sporządzanych planach zagospodarowania przestrzennego i innych dokumentach planistycznych, w tym w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego (mpzp), studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego (suikzp) danych miejscowości - studia do planu.
- C6:** Strategia rozwoju turystyki na przykładzie dowolnej gminy (w tym o charakterze turystycznym).
- C7:** Studium przypadku: Zarządzanie planowaniem rozwoju turystycznego z uwzględnieniem wszystkich grup interesariuszy

Nazwa przedmiotu

Prognozowanie w turystyce

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia teoretyczne oraz metodologiczne prognozowania. Ma wiedzę na temat zasad budowy prognoz i oceny ich jakości.

E2: Student potrafi wyznaczyć trend oraz opisać szereg czasowy z wahaniami sezonowymi za pomocą właściwego modelu.

E3: Student jest gotów do posługiwania się nabytą wiedzą w praktycznych analizach oraz prognozowaniu zagadnień dotyczących dziedziny turystyki i rekreacji.

Treści programowe przedmiotu

W1: Teoretyczne podstawy prognozowania. Podstawowe pojęcia, zasady i reguły prognozowania. Rodzaje i funkcje prognoz.

W2: Prognozowanie na podstawie klasycznych modeli trendu (model liniowy i wybrane funkcje nieliniowe).

W3: Metody oceny jakości prognoz (błędy predykcji ex ante i ex post).

W4: Prognozowanie na podstawie modeli uwzględniających wahania periodyczne (sezonowe). Wyznaczanie wskaźników sezonowości. Modele trendu z wahaniami sezonowymi.

W5: Prognozowanie na podstawie modeli adaptacyjnych.

C1: Prognozowanie na podstawie klasycznych modeli trendu (model liniowy oraz nieliniowy).

C2: Ocena jakości i dokładności prognoz. Obliczanie błędów prognoz.

C3: Prognozowanie na podstawie modeli uwzględniających wahania periodyczne.

C4: Prognozowanie na podstawie modeli adaptacyjnych.

C5: Sprawdzian.

Nazwa przedmiotu

Rachunkowość zarządcza

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą metod wspomagania decyzji podejmowanych w trakcie bieżącego funkcjonowania przedsiębiorstwa.

E2: Student potrafi prawidłowo prognozować i oceniać efekty decyzji dotyczących bieżącej działalności dobierając adekwatną metodę.

E3: Student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy, uznania znaczenia wiedzy z zakresu rachunkowości i zasięgania opinii ekspertów oraz inspirowania działań na rzecz ogółu.

Treści programowe przedmiotu

W1: Rola rachunkowości w zarządzaniu jednostką gospodarczą. Omówienie znaczenia rachunkowości jako źródła informacji niezbędnych w procesie podejmowania decyzji w świetle cybernetycznej koncepcji układu regulacji.

W2: Pojęcie kosztu. Omówienie cech charakterystycznych pojęcia kosztu, podobieństwa i różnice w ujęciu rachunkowości finansowej i zarządczej, relacja między kosztem, nakładem i wydatkiem.

W3: Klasyfikacja kosztów w rachunkach decyzyjnych. Struktura kosztów służących obsłudze informacyjnej procesu decyzyjnego (koszty stałe i zmienne, kontrolowalne i niekontrolowalne, przesądzone, utraconych korzyści) oraz relacja między nimi a kosztami w rachunku systematycznym.

W4: Analiza Koszt – Wolumen – Zysk. Prezentacja metod i obszarów ich zastosowań pozwalających analizować relacje między rozmiarem działalności, jej kosztami i przychodami, a wartością wyniku finansowego: ilościowy i wartościowy punkt krytyczny dla jednego produktu, punkt krytyczny przy założonym zysku, punkt krytyczny a struktura kosztów, punkt krytyczny w warunkach struktury asortymentowej, punkt krytyczny kosztów.

W5: Marża brutto jako wielkość decyzyjna i decyzje krótkoterminowe. Omówienie roli marży brutto w decyzjach dotyczących bieżącego funkcjonowania przedsiębiorstwa, polegających na maksymalizacji bieżącego zysku. Wskazanie różnic między decyzjami tego typu a decyzjami strategicznymi oraz zagrożeń dla przedsiębiorstwa wynikających z dążenia wyłącznie do maksymalizacji bieżącego zysku. Interpretacja i znaczenie wskaźnika marży brutto, pojęcie i znaczenie marginesu bezpieczeństwa, pojęcie i znaczenie stopnia dźwigni operacyjnej, analizę opłacalności zamówień specjalnych, decyzje dotyczące struktury produktów w ramach ograniczonych zdolności wytwórczych.

C1: Pojęcie kosztu. Cechy charakterystyczne kosztu, podobieństwa i różnice w ujęciu rachunkowości finansowej i zarządczej, relacja między kosztem, nakładem i wydatkiem.

C2: Klasyfikacja kosztów w rachunkach decyzyjnych: koszty stałe i zmienne, kontrolowalne i niekontrolowalne, przesądzone, utraconych korzyści.

C3: Analiza Koszt – Wolumen – Zysk: ilościowy i wartościowy punkt krytyczny dla jednego produktu, punkt krytyczny przy założonym zysku, punkt krytyczny a struktura kosztów, punkt krytyczny w warunkach struktury asortymentowej, punkt krytyczny kosztów.

C4: Marża brutto jako wielkość decyzyjna i decyzje krótkoterminowe: obliczanie, interpretacja i znaczenie wskaźnika marży brutto, marginesu bezpieczeństwa, stopnia dźwigni operacyjnej, analiza opłacalności zamówień specjalnych, decyzje dotyczące struktury produktów w ramach ograniczonych zdolności wytwórczych.

C5: Pisemny sprawdzian wiadomości.

Nazwa przedmiotu

Seminarium magisterskie

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie zasady posługiwania się warsztatem pracy naukowo-badawczej.

E2: Student potrafi uzasadniać przesłanki wyboru tematu pracy dyplomowej oraz zna reguły sporządzania planu pracy.

E3: Student potrafi przeprowadzać analizy badawcze, redagować ich wyniki oraz dokonywać na ich podstawie bezstronnych ocen.

E4: Student posiada umiejętności formułowania uogólnionych wniosków na podstawie przeprowadzanych analiz, a także właściwego adresowania wynikających z nich rekomendacji.

E5: Student posiada umiejętności korzystania z literatury przedmiotu w procesie przygotowywania opracowań naukowych.

E6: Student jest gotów samodzielnie, rzetelnie i terminowo przygotować pracę magisterską.

Treści programowe przedmiotu

S1: Podstawowe elementy warsztatu pracy naukowo-badawczej.

S2: Podstawowe bazy informacji, w tym literatury.

S3: Praca naukowa własnością intelektualną jej autora. Kwestie plagiatu i autoplagiatu.

S4: Przegląd przesłanek wyboru tematu pracy dyplomowej.

S5: Dyskusja planów pracy.

S6: Wymogi przeprowadzania analiz badawczych i redagowania ich wyników.

S7: Przegląd metod badawczych stosowanych w pracach z zakresu turystyki i rekreacji.

S8: Najczęstsze błędy w pracach dyplomowych.

S9: Automotywacja przy pisaniu pracy magisterskiej.

S10: Referowanie kolejnych rozdziałów prac dyplomowych.

S11: Dyskusja wersji roboczych prac dyplomowych.

S12: Omówienie egzaminu magisterskiego.

Nazwa przedmiotu

Socjologia czasu wolnego

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu pojęcia z zakresu socjologii czasu wolnego.

E2: Student potrafi interpretować i wyjaśnić oraz wskazać wzajemne relacje między zjawiskami ekonomicznymi a społecznymi zachodzącymi w obszarze czasu wolnego.

E3: Student jest gotów do dokonywania analiz wzorów zachowań wolnoczasowych.

Treści programowe przedmiotu

W1: Uwagi wprowadzające (informacja nt zakresu tematycznego przedmiotu, przyjętych zasad rozliczania efektów kształcenia, ewidencjonowaniu obecności, możliwościach usprawiedliwiania nieobecności). Podział na grupy projektowe i przydział tematów

projektów. Charakterystyka czasu – jako obiektu badawczego przedstawicieli nauk humanistycznych.

W2: Czas wolny jako przedmiot zainteresowania socjologii oraz jako dobro społeczne. Funkcje czasu wolnego. Koncepcje i definicje czasu wolnego.

W3: Budżet czasu.

W4: Czas wolny jako kategoria społecznie i kulturowo zmienna (przemiany w sposobach spędzania czasu wolnego jako wyraz przemian społecznych i kulturowych). Czas wolny w świetle badań empirycznych

W5: Wzory zachowań wolnoczasowych: Weryfikacja realizacji E2 i E3 dokonanej przez studentów analizy wzorów zachowań wolnoczasowych oraz opracowanych zagadnień związanych z formami spędzania czasu wolnego we współczesnym społeczeństwie.

Nazwa przedmiotu

Strategie marketingowe międzynarodowych sieci hotelowych

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą marketingowej działalności międzynarodowych korporacji i koncernów hotelowych na rynkach turystycznych.

E2: Student potrafi dostrzegać i analizować strukturę rynku hotelarskiego, posiada umiejętności formułowania i budowy koncepcji marketingowej międzynarodowych grup i koncernów hotelowych.

E3: Student jest gotów do identyfikacji oraz rozstrzygania dylematów związanych z funkcjonowaniem międzynarodowych grup i koncernów hotelowych, potrafi skutecznie i krytycznie uzupełniać wiedzę.

Treści programowe przedmiotu

W1: Struktura współczesnego rynku hotelarskiego.

W2: Hotele niezależne i ich strategie marketingowe.

W3: Cele tworzenia i obszary współpracy konsorcjów hotelowych.

W4: Istota i zasady tworzenia międzynarodowych grup i koncernów hotelowych.

W5: Sposoby powiększania korporacji hotelarskich.

W6: Strategie segmentacji międzynarodowych korporacji hotelarskich.

W7: Strategie marki międzynarodowych grup hotelowych.

W8: Analiza działalności wybranych korporacji hotelarskich.

C1: Pojęcie „strategia marketingowa” – podejścia: instrumentalne, funkcjonalne, decyzyjne, konkurencyjne, strukturalne, systemowe – prezentacja w formie wykładu i dyskusja (analiza porównawcza i konsekwencje dla praktyki).

C2: Proces kształtowania strategii marketingowej – faza opracowywania strategii i faza wdrażania strategii, prezentacja w formie wykładu, studia przypadków.

C3: Miejsce i znaczenie strategii marketingowych w strukturze strategii przedsiębiorstwa (sieci przedsiębiorstw) – różne rozwiązania i ich uwarunkowania, uwzględnienie specyfiki przedsiębiorstwa hotelarskiego – studia przypadków.

C4: Decyzje dotyczące wyboru rynków docelowych i sposobów postępowania oraz wyboru instrumentów marketingowych na rynku usług hotelarskich – studia przypadków.

C5: Informacyjne podstawy kształtowania strategii marketingowych – rodzaje informacji dla potrzeb strategii marketingowych i źródła ich pozyskiwania w przedsiębiorstwach hotelarskich – analiza przypadków.

C6: Analiza strategii marketingowych stosowanych przez różne korporacje hotelarskie – prezentacje studentów.

Nazwa przedmiotu

Targi i wystawy gospodarcze

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie zasady przygotowań i warunki powodzenia uczestnictwa w targach i wystawach gospodarczych.

E2: Student potrafi prawidłowo analizować efektywność uczestnictwa w targach i wystawach jako skutecznego narzędzia komunikacji marketingowej.

E3: Student jest gotów do kreatywnego myślenia i działania oraz podejmowania właściwych decyzji odnośnie do udziału w konkretnych targach i wystawach gospodarczych w turystyce.

Treści programowe przedmiotu

K1: Targi i wystawy jako ważna forma sprzedaży i promocji. Rys historyczny targów i wystaw na świecie i w Polsce. Rola współczesnych imprez targowych i wystawienniczych.

K2: Targi, ekspozycje i wystawy. Terminologia i typy targów i wystaw.

K3: Korzyści z targów. Znaczenie gospodarcze targów. Zakres działań umożliwiających odpowiednie przygotowanie się do uczestnictwa w imprezie targowej i wystawienniczej oraz zapewniających skuteczne wystąpienie targowo-wystawiennicze.

K4: Rynek targowy w Polsce. Główni organizatorzy targów.

K5: Wybrane międzynarodowe targi i wystawy turystyczne na świecie – zakres tematyczny, cele, funkcje, wystawcy i uczestnicy.

K6: Międzynarodowe, krajowe i regionalne targi turystyczne w Polsce i ich specyfika.

K7: Projekt zaliczeniowy. Prezentacja projektu dotyczącego tematyki targów w Polsce i na świecie. Zasady udzielania sobie konstruktywnej informacji zwrotnej. Ocena prezentacji przez wszystkie grupy na podstawie ankiety online.

Nazwa przedmiotu

Techniki komunikacji w turystyce

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie zagadnienia z zakresu komunikacji powiązane z wykonywaniem zawodu w sferze turystyki i rekreacji.

E2: Student potrafi opracować (w postaci referatu i prezentacji) wyznaczone zagadnienie z zakresu komunikacji powiązane z wykonywaniem zawodu w sferze turystyki i rekreacji.

E3: Student jest gotów do poprawnego identyfikowania elementów procesu komunikowania się oraz klasyfikacji przeszkód i barier w tym zakresie..

Treści programowe przedmiotu

W1: 1. Uwagi wprowadzające (informacja nt zakresu tematycznego przedmiotu, przyjętych zasad rozliczania efektów kształcenia, ewidencjonowaniu obecności, możliwościach usprawiedliwiania nieobecności). 2. Podział na grupy projektowe i przydział tematów projektów. 3. Proces komunikacji w ujęciu modelowym (Model Shannona. Model zachowań komunikacyjnych i możliwości powstania nieporozumień A.B. Grimshawa. Model redukowania niepewności).

W2: Przeszkody i bariery w komunikowaniu się. Różnice pomiędzy komunikacją werbalną i niewerbalną. Kompetencja komunikacyjna. Techniki komunikacyjne wykorzystywane w obszarze turystyki i rekreacji.

W3: Kulturowe uwarunkowania komunikacji w obszarze turystyki i rekreacji: pojęcie kultury, mierzenie i porównywanie kultur (klasyfikacje kultur, wymiary kultury wg. Hofstede, Gesteland, Trompenaars, projekt GLOBE), komunikacja werbalna i niewerbalna w kontekście różnic kulturowych, budowanie relacji z klientem wywodzącym się z odmiennego obszaru kulturowego w rozmowach w branży turystycznej.

W4: Prezentacje projektów (tematyka z zakresu: wzorców komunikacyjnych i standardów komunikacyjnych w obsłudze klienta w branży turystycznej). Test.

Nazwa przedmiotu

The Team Academy in Use: Tourism Start-up Management

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student develops its entrepreneurial skills and its own start-up idea.

E2: Student acquires in depth knowledge of Business Model Canvas and creative techniques of solving customer problems (PBL, design thinking).

E3: Student improves its ability of team working and develop soft skills throughout the cooperation and group tasks.

E4: Student improves its ability of team working and develop soft skills throughout the cooperation and group tasks.

E5: Student develops its social competences in connection with socio-economic environment.

Treści programowe przedmiotu

C1: The introduction to the Team Academy Approach and the process of team learning. Creation of learning contract.

C2: Team building and boosting of team work spirit by the development of short-term and long term challenges, e.g. the Oxford challenge.

C3: Introduction to Business Model Canvas and creation of canvas for teampreneurs start-ups. Brain storming and formulation of core business ideas.

C4: Introduction to design thinking to creative problem solving. Prototyping of new service/products.

C5: Presentation and evaluation of start-ups ideas and service/products prototypes.

Nazwa przedmiotu

Transport w turystyce

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie struktury i klasyfikacje transportu (lotniczego, morskiego, lądowego), jak również zdobywa wiedzę o wykorzystywanych środkach transportu.

E2: Student potrafi prawidłowo posługiwać się elektronicznymi systemami wyszukiwania połączeń w transporcie lotniczym, drogowym, kolejowym i morskim.

E3: Student jest gotów do współpracy w tworzeniu zespołowych projektów na temat transportu w turystyce, wykazuje się aktywnością na zajęciach.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Terminologia transportu (wprowadzenie do gry edukacyjnej).
- W2:** Klasyfikacja transportu, spedycja (logistyka), systemy cenowe.
- W3:** Transport samochodowy (historia, rodzaje środków transportu, infrastruktura drogowa, inwestycje drogowe, samochodowe szlaki turystyczne).
- W4:** Transport wodny (historia, rodzaje środków transportu, infrastruktura, inwestycje).
- W5:** Transport autokarowy (historia, rodzaje środków transportu, oferty przewoźników).
- W6:** Transport lotniczy (historia, rodzaje środków transportu, infrastruktura, inwestycje, tanie linie lotnicze).
- W7:** Transport kolejowy (historia, rodzaje środków transportu, infrastruktura, inwestycje).
- C1:** Wprowadzenie do zagadnień transportu i logistyki w turystyce; opracowywanie tras dojazdu do wybranych miejsc na świecie; posługiwanie się odpowiednimi narzędziami (wyszukiwarkami) połączeń, zaznajomienie się z systemami rezerwacji biletów w transporcie lotniczym, drogowym, kolejowym i morskim.
- C2:** Najnowsze osiągnięcia technologiczne w transporcie, zapoznanie się z wybranymi środkami transportu będącymi atrakcjami turystycznymi.
- C3:** Urządzenia pomiarowe stosowane w transporcie, analiza informacji zawartych na biletach lotniczych, morskich i kolejowych.
- C4:** Bieżące problemy transportu w turystyce.

Nazwa przedmiotu

Trening zdrowotny

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student zna i rozumie zasady niezbędne do konstruowania treningu zdrowotnego.
- E2:** Student potrafi skonstruować plan aktywności fizycznej w zakresie niezbędnym do podtrzymania zdrowia.
- E3:** Student jest przygotowany do zarządzania czasem wolnym swoim i innych ludzi w zakresie prozdrowotnej aktywności ruchowej.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Definicja treningu zdrowotnego. Właściwości czynnościowe układu ruchu. Czynność organizmu podczas wysiłków fizycznych. Zmiany treningowe w organizmie.
- W2:** Fizjologiczne zasady treningu.
- W3:** Etapy treningu zdrowotnego osób dorosłych. Etapy treningu zdrowotnego młodocianych. Etapy treningu zdrowotnego osób niepełnosprawnych.
- W4:** Przeciwwskazania zdrowotne do intensywnych wysiłków fizycznych. Zagrożenia

zdrowotne związane z treningiem zdrowotnym.

W5: Kryteria skuteczności treningu zdrowotnego. Optymalizacja sposobów wypoczynku.

W6: Profilaktyka nadmiernego zmęczenia. Rodzaje wysiłków fizycznych.

W7: Aktywność ruchowa w prewencji chorób cywilizacyjnych.

W8: Podsumowanie wykładów, dyskusja, odpowiedzi na pytania.

C1: Programowanie treningu zdrowotnego. Przykładowe jednostki treningowe.

Przykładowe mikrocykle treningowe. Przykładowe roczne i życiowe plany treningowe.

C2: Metodyka treningu wytrzymałościowego.

C3: Metodyka treningu siły mięśniowej.

C4: Metodyka treningu gibkości. Metodyka treningu koordynacji ruchowej.

C5: Sposoby aktywnego wypoczynku. Planowanie treningu zdrowotnego.

C6: Zasady dbałości o sylwetkę ciała. Zasady utrzymywania odpowiedniej wagi ciała.

C7: Podsumowanie zajęć, odpowiedzi na pytania.

Nazwa przedmiotu

Turystyka i rekreacja w rozwoju psychofizycznym człowieka

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie zależności pomiędzy elementami podłoża biologicznego człowieka a zdolnościami motorycznymi i sprawnością fizyczną.

E3: Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w konstruowaniu optymalnych metod oddziaływania na rozwój psychofizyczny człowieka w każdym wieku.

E3: Student jest gotów do prezentowania postaw prozdrowotnych.

Treści programowe przedmiotu

W1: Czynniki rozwoju fizycznego człowieka. Rozwój motoryczny człowieka w procesie ontogenezy – okres noworodkowy i niemowlęcy; okres ponimowlęcy i przedszkolny; Rozwój motoryczny człowieka w procesie ontogenezy - okres młodszy szkolny; okres pokwitania i młodzieńczy; motoryczność wieku dorosłego i dojrzałego. Motoryczność osób niepełnosprawnych.

W2: Struktura motoryczności człowieka. Zmienność ontogenetyczna zdolności siłowych. Zmienność ontogenetyczna zdolności szybkościowych. Zmienność ontogenetyczna zdolności wytrzymałościowych. Zmienność ontogenetyczna zdolności koordynacyjnych.

W3: Środowiskowe, genetyczne i rozwojowe uwarunkowania ludzkiej motoryczności. Koncepcja sprawności fizycznej nastawiona na zdrowie (HR-F). Podstawowe

przesłanki konstrukcji i realizacji programu aktywności fizycznej. Specyfika programowania aktywności fizycznej dla osób w różnym wieku. Aktywność turystyczno-rekreacyjna w optymalizacji masy i składu ciała. Aktywność fizyczna a starzenie się człowieka i populacji.

C1: Struktura motoryczności człowieka – strona potencjalna (predyspozycje, zdolności, umiejętności) i efektywna (sprawność fizyczna). Zdolności wytrzymałościowe – ocena i kształtowanie (trening zdrowotny). Zdolności wytrzymałościowe (aerobowe) i trening zdrowotny – ocena wydolności układu krążenia – test Ruffiera. Realizacja treningu zdrowotnego w praktyce z wykorzystaniem pulsometrów/sport-testerów. Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest oddanie karty treningowej (zespoły 2-3 osobowe).

C2: Pomiar sprawności fizycznej testem Zuchory – zajęcia praktyczne. Zdolności siłowe i znaczenie treningu z oporem. Pomiar zdolności siłowych (dynamometr, test zwis na drążku). Zdolności szybkościowe (anaerobowe) - ich ocena (testy: skok w dal z miejsca, wyskok dosiężny, test biegu na 5m, 10m, 30m – z wykorzystaniem systemu fotokomórek). Gibkość i jej uwarunkowania – pomiar gibkości testem: skłon tułowia w przód. Koordynacyjne zdolności motoryczne i ich znaczenie. KZM – pomiar równowagi statycznej (stanie na jednej nodze na równoważni), czas reakcji – chwyt pałeczki Ditricha.

C3: Morfologiczne uwarunkowania motoryczności – pomiar masy ciała, wysokości ciała, obliczanie wskaźnika BMI, pomiary obwodów uda, podudzia, tali, bioder. Interpretacja otrzymanych wyników.

Nazwa przedmiotu

Turystyka kulturowa

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu związki turystyki z kulturą, główne formy turystyki kulturowej oraz najważniejsze dla nich destynacje na świecie i w Polsce.

E2: Student potrafi wykorzystać nabytą wiedzę do analizy rozmaitych zjawisk na rynku turystyki kulturowej, jest przygotowany do tworzenia studiów przypadków na temat funkcjonowania obiektów kulturowych jako atrakcji turystycznych.

E3: Student jest gotów do pogłębiania swojej wiedzy w celu jej efektywnego wykorzystania w praktyce (np. w pracy przy obsłudze różnych form turystyki kulturowej).

Treści programowe przedmiotu

W1: Turystyka jako zjawisko kulturowe.

W2: Wybrane rodzaje i formy turystyki kulturowej (turystyka miejska, turystyka

dziedzictwa kulturowego, turystyka muzealna, turystyka imprez i wydarzeń kulturalnych, turystyka religijno-pielgrzymkowa).

W3: Najważniejsze destynacje turystyki kulturowej na świecie i w Polsce.

W4: Produkt turystyczny w turystyce kulturowej. Przykłady – obiekty, wydarzenia, szlaki kulturowe.

W5: Specyfika obsługi turystów kulturowych – rola pilota i przewodnika wycieczek.

Nazwa przedmiotu

Turystyka kwalifikowana i sporty ekstremalne

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna podstawowe formy turystyki kwalifikowanej: ich istotę, konieczne doświadczenie, wymagania kondycyjne, ma wiedzę o wykorzystywanym sprzęcie.

E2: Student potrafi opracować oferty z zakresu turystyki kwalifikowanej i sportów ekstremalnych, jak również jest przygotowany teoretycznie do czynnego uprawiania turystyki kwalifikowanej (w zakresie nie wymagającym uprawnień). Umie korzystać z niezbędnego sprzętu.

E3: Student jest gotów do działania i rozwiązywania problemów w sytuacjach trudnych w trakcie wyjazdu turystycznego, umie dostrzec potencjalne zagrożenia o charakterze naturalnym i społecznym. Jest aktywny na zajęciach.

Treści programowe przedmiotu

W1: Istota turystyki kwalifikowanej.

W2: Specyfika i organizacja turystyki górskiej. Specyfika i organizacja turystyki wysokogórskiej. Specyfika i organizacja turystyki bazujących na via-ferratach. Specyfika i organizacja turystyki wspinaczkowej. Prezentacja sprzętu wykorzystywanego w poszczególnych rodzajach turystyki kwalifikowanej: górskiej (plecaki, kask wspinaczkowy, uprząż, buty turystyczne i wspinaczkowe, odzież górską, maszynka do gotowania itd.).

W3: Specyfika i organizacja turystyki narciarskiej. Prezentacja sprzętu wykorzystywanego w turystyce narciarskiej: narty zjazdowe i turowe, dedykowane buty narciarskie, foki, czekany, kijki teleskopowe, plecaki ABS, nadajniki Ortovox).

W4: Specyfika i organizacja turystyki nurkowej. Prezentacja sprzętu wykorzystywanego w nurkowaniu: (jacket, automat oddechowy, neopren, maska, płetwy, pozostałe wyposażenie).

W5: Wybrane formy turystyki kwalifikowanej: Specyfika i organizacja wybranych form turystyki wodnej (rafting, windsurfing i kitesurfing, canioning). Prezentacja właściwego

sprzętu.

C1: Istota i klasyfikacje sportów ekstremalnych.

C2: Ćwiczenia ogólnorozwojowe i sprawności ogólnej - ćwiczenia w terenie.

C3: Ćwiczenia kształtujące wytrzymałość, o różnej intensywności jako przygotowanie do dużego wysiłku organizmu człowieka podczas uprawiania niektórych sportów ekstremalnych.

C4: Nordic Walking – ćwiczenia praktyczne

Nazwa przedmiotu

Turystyka na obszarach chronionych

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student ma pogłębianą wiedzę na temat funkcjonujących na świecie obszarów chronionych i ich turystycznego wykorzystania.

E2: Student potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do twórczej interpretacji zjawisk związanych z rozwojem turystyki na terenach cennych przyrodniczo, właściwie interpretować oraz proponować rozwiązania dla sytuacji konfliktowych pomiędzy ochroną przyrody a rozwojem turystyki.

E3: Student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz treści wypowiedzi dotyczących rozwoju turystyki na terenach cennych przyrodniczo.

Treści programowe przedmiotu

W1: Podstawowe pojęcia. Historia i formy obszarów chronionych w Polsce i na świecie.

W2: Kategorie obszarów chronionych, ich funkcje i zasady udostępniania.

W3: Przykłady udostępniania turystycznego obszarów chronionych świata oraz konfliktów między turystyką i ochroną przyrody.

W4: Zasady zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarach chronionych.

W5: Zagospodarowanie turystyczne na obszarach chronionych.

Nazwa przedmiotu

World Heritage Sites

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student can define the cultural heritage and indicate its importance for tourism.

E2: Student knows the most important sites inscribed on the UNESCO World Heritage List.

E3: Student is able to point out the significance of material heritage for contemporary culture.

E4: Student is aware of the necessity of preserving the cultural heritage resources for the future generations.

Treści programowe przedmiotu

W1: Definitions of cultural heritage. The importance of heritage for contemporary tourism.

W2: UNESCO World Heritage List – idea, criteria and procedure of inscription, location of UNESCO cultural heritage sites in the world.

W3: The most important cultural heritage sites in Europe and in the world.

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie dużymi wydarzeniami

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student posiada pogłębioną wiedzę na temat organizacji wydarzeń specjalnych, w szczególności dużych.

E2: Student potrafi, na podstawie uzyskanej wiedzy, zaplanować duże wydarzenie.

E3: Student jest gotów do pracy w zespole, wykazuje zaangażowanie w realizowanych działaniach.

Treści programowe przedmiotu

W1: Klasyfikacja i charakterystyka ogólna dużych wydarzeń.

W3: Organizacja i zarządzanie dużym wydarzeniem biegowym: maraton, półmaraton, ultramaraton, ultramaraton górski.

W4: Organizacja i zarządzanie dużym wydarzeniem sportowym: wyścig rowerowy.

W5: Organizacja i zarządzanie dużym wydarzeniem kulturalnym: festiwal muzyczny.

W6: Organizacja i zarządzanie dużym wydarzeniem sportowym: zawodami w narciarstwie alpejskim i ski touringu.

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie finansami przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student posiada pogłębioną wiedzę w zakresie finansowych mechanizmów i procesów w przedsiębiorstwie turystycznym. Zna podstawy koncepcyjne i metodologiczne podejmowania decyzji dotyczących finansów przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego.

E2: Student potrafi prawidłowo objaśniać i interpretować zjawiska zachodzące w zakresie zarządzania finansami przedsiębiorstwa turystycznego (hotelarstwo i gastronomia).

E3: Student jest gotów do wykorzystania nabytej wiedzy i umiejętności praktycznych dla realizacji własnych celów (podejmowania decyzji finansowych). Jest świadomy ryzyka podejmowanych wyborów związanych z zarządzaniem finansami w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym.

Treści programowe przedmiotu

W1: Podstawowe pojęcia i założenia teorii finansów przedsiębiorstwa.

W2: Wartość przedsiębiorstwa i jej maksymalizacja jako podstawowy cel zarządzania jego finansami.

W3: Cel, przedmiot, rodzaje i uwarunkowania wykorzystania analizy finansowej przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego.

W4: Stopa procentowa jako cena pieniądza. Zmienność wartości pieniądza w czasie.

W5: Istota kapitału obrotowego, jego struktura oraz uwarunkowania i zasady zarządzania nim w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym.

W6: Kształtowanie i finansowanie oraz analiza i ocena programu rozwoju przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego.

W7: Pojęcie i rodzaje kosztu kapitału. Kształtowanie struktury kapitału a wartość przedsiębiorstwa.

W8: Niepewność i ryzyko w podejmowaniu decyzji obszaru zarządzania finansami.

C1: Wykorzystanie głównych kategorii i metod w konstruowaniu podstaw metodologicznych podejmowania decyzji finansowych.

C2: Rodzaje wartości przedsiębiorstwa, metody wyceny oraz pomiar wartości przedsiębiorstwa.

C3: Obszary i metody analizy finansowej przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego.

C4: Metody zapewnienia porównywalności wartości pieniądza w czasie. Składowe stopy procentowej nominalnej i ustalanie stopy realnej.

C5: Zasady i metody optymalizacji w zakresie gospodarowania kapitałem obrotowym w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym.

C6: Rachunek efektywności długoterminowych decyzji finansowych obszaru majątku trwałego.

C7: Metody wyznaczania kosztu kapitału. Ustalanie wpływu struktury kapitału na wartość przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego.

C8: Metody pomiaru ryzyka obszaru zarządzania długoterminowego finansami.

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie jednostką terytorialną

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student ma pogłębioną wiedzę z zakresu zarządzania jednostką terytorialną (marketingu terytorialnego) w zakresie: kwestii definicyjnych, koncepcji, własności itp.

E2: Student potrafi: analizować (badać/identyfikować) otoczenie rynkowe dla sprawnego funkcjonowania jednostki terytorialnej (miasta/gminy); wykorzystać instrumenty marketingu mix w działaniach marketingowych jednostki terytorialnej stosownie do warunków jej funkcjonowania.

E3: Student wykazuje się aktywnością, kreatywnością na zajęciach ujawniającą się w zdolności wydawania sądów, dostrzegania różnic i podejmowania decyzji.

Treści programowe przedmiotu

W1: Wprowadzenie do tematyki zajęć, podanie wymagań do zaliczenia przedmiotu.

Jednostka samorządu terytorialnego – pojęcie, rodzaje, zadania. Geneza marketingu terytorialnego. Przedmiot, zakres i cele marketingu terytorialnego.

W2: Główne rynki docelowe w marketingu terytorialnym – wewnętrzne rynki docelowe (mieszkańcy, lokalne lub regionalne instytucje, pracownicy i działacze samorządu terytorialnego) – zewnętrzne grupy docelowe (inwestorzy, banki, turyści, mieszkańcy innych jednostek osadniczych itd.).

W3: Kształtowanie strategii marketingowej jednostki terytorialnej.

W4: Specyfika produktu terytorialnego.

W5: Polityka ceny i dystrybucji w marketingu terytorialnym. Finanse samorządu terytorialnego – rozpoznanie problemu.

W6: Polityka promocji w marketingu terytorialnym. Wizerunek i marka regionu.

W7: Konkurencja i konkurencyjność regionów.

W8: Kolokwium zaliczeniowe

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie personelem w hotelarstwie i gastronomii

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

- E1:** Student ma pogłębioną wiedzę z zakresu zarządzania personelem, potrafi wymienić i opisać metody wykorzystywane w tym celu, przedstawić procesy realizowane w ramach funkcji personalnej, szczególnie w obszarze zarządzania personelem w hotelarstwie i gastronomii.
- E2:** Student zna i rozumie istotę zasobów ludzkich (personelu) i ich znaczenie dla działalności i rozwoju przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem istoty zarządzania personelem w hotelarstwie i gastronomii.
- E3:** Student potrafi wykorzystywać narzędzia zarządzania personelem oraz poszukiwać informacji niezbędnych do zarządzania zasobami ludzkimi w hotelarstwie i gastronomii.
- E4:** Student jest gotów do współpracy w zespole, jest komunikatywny, cechuje się kulturą osobistą.

Treści programowe przedmiotu

- W1:** Personel w systemie zarządzania przedsiębiorstwem (ewolucja funkcji personalnej, modelowe ujęcia zarządzania zasobami ludzkimi, organizacja działu personalnego w hotelarstwie i gastronomii).
- W2:** Analiza pracy w przedsiębiorstwach w branży turystycznej (Istota analizy pracy, procedura analityczna, metody i techniki analizy pracy).
- W3:** Pozyskiwanie pracowników oraz jego znaczenie w hotelarstwie i gastronomii (istota i rodzaje rekrutacji, metody naboru, proces selekcji, metody selekcji, adaptacja społeczno-zawodowa pracowników).
- W4:** Ocenianie pracowników w branży turystycznej (Istota oceniania pracowników, system oceniania, proces oceniania, błędy występujące w ocenianiu pracowników).
- W5:** Szkolenia pracowników i jego wpływ na obszar hotelarstwa i gastronomii (istota szkolenia, proces szkolenia, metody i techniki szkolenia, kwintet szkoleniowy).
- W6:** Wynagradzanie pracowników (istota wynagradzania pracowników, funkcje wynagradzania, rodzaje wynagrodzeń, formy i składniki wynagradzania).
- W7:** Zwalnianie pracowników (rodzaje odejść pracowników, outplacement, procedura zwalniania pracowników).
- C1:** Projektowanie organizacji z uwzględnieniem stanu i struktury zatrudnienia.
- C2:** Przygotowywanie opisów stanowisk pracy.
- C3:** Dokonywanie naboru kandydatów do pracy.
- C5:** Konstruowanie arkusza oceny pracownika.
- C6:** Planowanie i ocenianie szkoleń.
- C7:** Kształtowanie wynagrodzeń.

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student zna pojęcia z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym, rozumie oddziaływanie zarządzania marketingowego i zarządzania zasobami ludzkimi.

E2: Student potrafi sporządzić poszczególne części sprawozdania finansowego oraz przeprowadzić ich analizy, w tym analizę wskaźnikową, wraz z wnioskowaniem.

E3: Student jest gotów do wyrobienia w sobie postaw przyszłej odpowiedzialności za podejmowane decyzje w przedsiębiorstwie turystycznym.

Treści programowe przedmiotu

W1: Przedsiębiorstwo turystyczne na rynku: Związki turystyki z ekonomią, rynek turystyczny, ekonomika przedsiębiorstwa turystycznego, system podaży turystycznej. Otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego: Otoczenie makroekonomiczne, otoczenie mikroekonomiczne.

W2: Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym: Istota zarządzania, cele przedsiębiorstwa. Charakterystyka przedsiębiorstw turystycznych: Produkt turystyczny, motywacje podróży, zasady działania przedsiębiorstw turystycznych, touroperatorzy, wytwórcy usług turystycznych. Charakterystyka podmiotów świadczących usługi noclegowe.

W3: Finanse przedsiębiorstw turystycznych: Istota, rola i rodzaje analizy ekonomicznej, przedmiot i rodzaje analizy finansowej., rodzaje materiałów źródłowych analizy finansowej, zagadnienie porównywalności informacji, bilans, rachunek zysków i strat oraz rachunek przepływów pieniężnych, zestawienie zmian w kapitale, informacja dodatkowa oraz sprawozdanie z działalności. Ogólna charakterystyka metod stosowanych w analizie ekonomicznej, klasyfikacja metod szczegółowych, analiza ogólnej sytuacji majątkowej i finansowej, analiza wskaźnikowa, specyficzne elementy analizy przedsiębiorstw turystycznych.

W4: Struktura organizacyjna i jej kształtowanie: Formalizacja organizacji, struktury i schematy organizacyjne, rozmieszczenie uprawnień decyzyjnych i przydzielanie zadań.

W5: Zarządzanie zasobami ludzkimi: Przedmiot i cele zarządzania kadrami, budowa kadry przedsiębiorstwa, motywowanie, system ocen pracowniczych i zmiany kadrowe.

W6: Kształtowanie jakości w przedsiębiorstwie turystycznym: Pojęcie jakości, jej mierniki i systemy zapewnienia jakości, przesłanki kształtowania jakości w przedsiębiorstwie turystycznym, proces kształtowania jakości usług przedsiębiorstwie

turystycznym.

W7: Analiza wyniku w przedsiębiorstwie turystycznym: Punkty krytyczne, analiza CVP (Cost-Volume-Profit), analiza wrażliwości wyniku, optymalizacja rozmiarów produkcji i sprzedaży, modele następstwa czasowego.

W8: Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem turystycznym: Istota zarządzania strategicznego, etapy procesu zarządzania strategicznego, marketing globalny w procesie zarządzania strategicznego, kształtowanie polityki produktu globalnego, polityka cen, dystrybucji i promocji na rynkach krajowych i zagranicznych.

W9: Polityka inwestycyjna przedsiębiorstwa turystycznego: Przesłanki podejmowania decyzji inwestycyjnych, możliwości zdobywania kapitału na inwestycje, biznesplan, cykl projektu inwestycyjnego, rachunek opłacalności przedsięwzięć inwestycyjnych, ryzyko w działalności inwestycyjnej.

C1: Ekonomia przedsiębiorstwa turystycznego.

C2: Zagadnienie porównywalności informacji – bilans, rachunek zysków i strat oraz rachunek przepływów pieniężnych. Informacja dodatkowa oraz sprawozdanie z działalności. Analiza ogólnej sytuacji majątkowej i finansowej. Analiza wskaźnikowa.

C3: Budowa kadry przedsiębiorstwa. Motywowanie System ocen pracowniczych i zmiany kadrowe.

C4: Mierniki i systemy zapewnienia jakości. Przesłanki kształtowania jakości w przedsiębiorstwie turystycznym. Proces kształtowania jakości usług przedsiębiorstwie turystycznym.

C5: Punkty krytyczne – analiza CVP (Cost-Volume-Profit). Analiza wrażliwości wyniku. Modele następstwa czasowego.

C6: Przesłanki podejmowania decyzji inwestycyjnych. Możliwości zdobywania kapitału na inwestycje. Biznesplan. Cykl projektu inwestycyjnego. Rachunek opłacalności przedsięwzięć inwestycyjnych. Ryzyko w działalności inwestycyjnej.

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie strategiczne

Język prowadzenia zajęć

polski

Realizowane efekty uczenia się

E1: Student ma pogłębioną wiedzę dotyczącą dalszego i bliższego otoczenia oraz jego wpływu na funkcjonowanie organizacji, podejść stosowanych w zarządzaniu strategicznym, analizie strategicznej, procesu formułowania i wdrażania strategii.

E2: Student potrafi tworzyć innowacyjne rozwiązania problemów z wykorzystaniem

wiedzy z zakresu zarządzania organizacjami.

E3: Student potrafi opracować różnorodne prace pisemne w języku polskim oraz obcym, dotyczących zagadnień szczegółowych, z wykorzystaniem obowiązującego systemu pojęć oraz różnych źródeł

E4: Student jest gotów do realizacji zadań zawodowych z wykorzystaniem metod pracy zespołowej.

Treści programowe przedmiotu

W1: Koncepcje zarządzania strategicznego w ujęciu tradycyjnych nurtów.

W2: Współczesne koncepcje zarządzania strategicznego.

W3: Rodzaje strategii.

W4: Modele zarządzania strategicznego.

W5: Analiza makrootoczenia.

W6: Analiza sektorowa.

W7: Analiza potencjału firmy.

W8: Planowanie strategiczne.

W9: Implementacja strategii i kontrola realizacji strategii.

W10: Zagadnienia współpracy strategicznej: alianse i sieci.

W11: Współczesne wyzwania zarządzania strategicznego.

C1: Analiza makrootoczenia.

C2: Analiza sektorowa.

C3: Analiza potencjału firmy.

C4: Analiza interesariuszy.

C6: Metody zintegrowane

C7: Ocena pozycji strategicznej i formułowanie strategii.

C8: Modele biznesowe.

C9: Strategia błękitnego i czerwonego oceanu.

C10: Implementacja strategii.

UKOŃCZENIE STUDIÓW

Wymogi związane z ukończeniem studiów (praca dyplomowa / egzamin dyplomowy / inne)	Praca dyplomowa, egzamin dyplomowy.
--	-------------------------------------