



**WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA  
w Poznaniu**

Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu

Wydział Finansów i Bankowości

Program studiów  
dla kierunku  
Turystyka i rekreacja  
studia II stopnia

Studia: stacjonarne/niestacjonarne

Profil: praktyczny

**I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW**

<b>nazwa kierunku studiów</b>	<b>Turystyka i rekreacja</b>	
<b>Poziom kształcenia</b> (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia drugiego stopnia	
<b>Profil kształcenia</b>	praktyczny	
<b>Forma studiów</b> stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne/niestacjonarne	
<b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>	4	
<b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>	120	
<b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>	Studia stacjonarne 2994	Studia niestacjonarne 3025
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>	magister	
<b>Wymiar praktyk zawodowych.</b>	480	
<b>Język prowadzenia studiów</b>	polski	
<b>Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>	2021	

## II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

symbol efektu	opis efektów uczenia się	kod uniwersalnej charakterystyki
WIEDZA absolwent zna i rozumie:		
TiR_II_W01	nowoczesne formy turystyki i rekreacji oraz współczesne trendy w ich rozwoju, znaczenie turystyki i rekreacji dla rozwoju społeczno-ekonomicznego i przemian cywilizacyjnych	P7S_WK
TiR_II_W02	uwarunkowania stylu życia współczesnego człowieka, wpływ aktywności rekreacyjnej i turystycznej na zdrowie człowieka, a także metody stosowane w promocji zdrowia grup społecznych, w tym w różnych miejscach pracy	P7S_WG
TiR_II_W03	w pogłębionym stopniu wpływ czynników społecznych, antropogenicznych, geograficznych, ekonomicznych, biologicznych, prawnych i technologicznych na zjawisko turystyki i rekreacji	P7S_WG P7S_WK
TiR_II_W04	wybrane akty prawne krajowe i międzynarodowe regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych w turystyce i rekreacji i ich wpływ na podejmowane przedsięwzięcia turystyczno-rekreacyjne	P7S_WK
TiR_II_W05	w pogłębionym stopniu specyfikę funkcjonowania i podział regionów turystycznych Polski i świata oraz ich atrakcyjność turystyczną i rekreacyjną dla różnych grup odbiorców	P7S_WG
TiR_II_W06	zasady etyczne obowiązujące w biznesie turystyczno-rekreacyjnym, pojęcia i zasady ochrony własności intelektualnej, a także podstawowe reguły protokołu dyplomatycznego oraz zasady savoir-vivre ze szczególnym uwzględnieniem różnic kulturowych	P7S_WG P7S_WK
TiR_II_W07	założenia polityki UE, państwa oraz władz samorządowych w zakresie turystyki i rekreacji, w tym w pogłębionym stopniu działania i zasady tworzenia strategii rozwoju turystyki i rekreacji oraz produktu turystycznego i rekreacyjnego w skali krajowej, regionalnej i lokalnej	P7S_WG
TiR_II_W08	w pogłębionym stopniu potrzeby odbiorców usług turystyczno-rekreacyjnych oraz odpowiednie sposoby oddziaływania na nich poprzez narzędzia marketingowe	P7S_WG P7S_WK
TiR_II_W09	w pogłębionym stopniu zagadnienia ekonomiki w turystyce i rekreacji, zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości na rynku turystycznym i rekreacyjnym, a także współczesne koncepcje, narzędzia i metody zarządzania organizacjami na rynku turystycznym i rekreacyjnym, w tym z uwzględnieniem założeń społecznej odpowiedzialności biznesu	P7S_WG P7S_WK
TiR_II_W10	podstawy metodologii badań naukowych i zasady tworzenia instrumentów badawczych stosowanych w naukach społecznych	P7S_WG
TiR_II_W11	międzynarodową terminologię statystyczną, zakres i metody badań nad czasem wolnym, aktywnością turystyczną i rekreacyjną człowieka wraz z ich zastosowaniem praktycznym oraz wybrane metody statystyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji	P7S_WG
TiR_II_W12	w pogłębionym stopniu zasady organizacji imprez turystycznych i rekreacyjnych, a także zasady organizacji imprez sportowo-rekreacyjnych i eventów, także tych o charakterze masowym oraz o podwyższonym stopniu ryzyka	P7S_WG

TiR_II_W13	kulturotwórczą rolę turystyki oraz znaczenie edukacji i wychowania do kultury czasu wolnego dla różnych grup wiekowych i społecznych	P7S_WG
TiR_II_W14	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji związane z rozwojem ruchu turystycznego	P7S_WK
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b> absolwent potrafi:		
TiR_II_U01	w pogłębionym stopniu wykorzystywać posiadaną wiedzę do planowania działalności gospodarczej w ramach różnych form prawno-organizacyjnych przedsiębiorstwa oraz do opracowania koncepcji przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych	P7S_UW
TiR_II_U02	w pogłębionym stopniu interpretować czynniki społeczne, kulturowe, geograficzne, ekonomiczne, biologiczne, prawne i technologiczne, a także określać ich wpływ na turystykę i rekreację oraz na zarządzanie własnym biznesem turystycznym lub rekreacyjnym	P7S_UW
TiR_II_U03	planować pobyty turystyczne zwracając uwagę na wartości i zagrożenia zdrowotne środowiska, a także oceniać wpływ aktywności turystycznej i rekreacyjnej na organizm człowieka	P7S_UW
TiR_II_U04	uwzględniać różnice kulturowe w prowadzeniu działalności zawodowej oraz stosować w praktyce zasady etyczne oraz inne normy i reguły obowiązujące w biznesie	P7S_UW
TiR_II_U05	w pogłębionym stopniu stosować krajowe i regionalne strategie rozwoju produktu turystycznego i rekreacyjnego dla działalności na szczeblu lokalnym oraz opracować strategię dla działalności własnego biznesu turystyczno-rekreacyjnego	P7S_UW
TiR_II_U06	dobierać, dostosowywać i wykorzystywać narzędzia marketingowe na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej, w tym dopasowywać ofertę produktów turystyczno-rekreacyjnych do potrzeb indywidualnych i grupowych odbiorców	P7S_UW
TiR_II_U07	poddawać krytycznej analizie i diagnozie problemy społeczne i środowiskowe pojawiające się w turystyce i rekreacji, proponować rozwiązania i je wdrażać	P7S_UW
TiR_II_U08	formułować i testować hipotezy oraz dobierać metody badawcze do problemu badań w zakresie czasu wolnego, aktywności turystycznej i rekreacyjnej człowieka, realizować badania oraz dokonywać ich statystycznej interpretacji w celu wspomagania procesów decyzyjnych.	P7S_UW
TiR_II_U09	komunikować się z otoczeniem oraz przekazywać swoją wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu (zarówno w języku polskim jak i obcym), prowadzić debatę i negocjacje oraz rozwiązywać konflikty w różnych środowiskach (także interkulturowych) z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej	P7S_UK
TiR_II_U10	dobierać, dostosowywać i wykorzystywać narzędzia i metody analizy organizacji oraz metody i instrumenty zarządzania w przedsiębiorstwie turystycznym i rekreacyjnym	P7S_UW
TiR_II_U11	w pogłębionym stopniu wskazywać główne czynniki decydujące o atrakcyjności regionu i na ich podstawie kreować propozycje nowych atrakcji i regionów turystycznych	P7S_UW
TiR_II_U12	posługiwać się aktami prawa krajowego oraz międzynarodowego w działalności turystycznej i rekreacyjnej, a także dobierać i aplikować o źródła finansowania przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych	P7S_UW

TiR_II_U13	planować wykorzystanie współczesnych form rekreacji ruchowej i turystyki, w tym współczesnych trendów rynkowych, w działalności gospodarczej	P7S_UW
TiR_II_U14	samodzielnie modyfikować i programować różne formy aktywności ruchowej i turystycznej w zależności od uwarunkowań, a także planować, przygotowywać do realizacji i wdrażać przedsięwzięcia turystyczne i rekreacyjne	P7S_UW
TiR_II_U15	posługiwać się językiem obcym, w tym w zakresie specjalistycznej nomenklatury turystycznej i rekreacyjnej, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
TiR_II_U16	w pogłębionym stopniu dostrzegać potrzebę dalszego kształcenia, samodzielnie planować i realizować uczenie się przez całe życie, a także ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
TiR_II_U17	w pogłębionym stopniu planować i organizować pracę indywidualną i zespołową, kierować pracą zespołową oraz współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej wiodącą rolę	P7S_UO
TiR_II_U18	właściwie dobierać źródła i informacje oraz dokonywać ich oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji, a także wykorzystywać zdobytą wiedzę do rozwiązania złożonych i nietypowych problemów związanych z działalnością zawodową w obszarze turystyki i rekreacji w turbulentnym otoczeniu	P7S_UW
TiR_II_U19	dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne wykorzystywane w praktyce gospodarczej przez podmioty turystyczne i rekreacyjne	P7S_UW
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do:		
TiR_II_K01	w pogłębionym stopniu do działania i myślenia w sposób przedsiębiorczy, prowadzenia działalności gospodarczej i pracy w branży turystycznej i rekreacyjnej, a także adaptowania się do zmian wynikających z uwarunkowań otoczenia i zmieniających się potrzeb społecznych	P7S_KO P7S_KR
TiR_II_K02	krytycznego myślenia i oceniania posiadanej wiedzy i informacji oraz uznawania wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu, a także rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu turystycznego i rekreacyjnego	P7S_KR P7S_KK
TiR_II_K03	odpowiedzialnego wypełniania zobowiązań społecznych i obowiązków wynikających z zajmowania stanowisk odpowiedzialnych za rozwój turystyki i rekreacji, a także inicjowania działań na rzecz interesu publicznego i rozwoju dorobku zawodowego	P7S_KO P7S_KR
TiR_II_K04	w pogłębionym stopniu do postępowania zgodnego z przepisami prawa i etyki zawodowej, inicjowania działań na rzecz przestrzegania zasad, a także do wzięcia odpowiedzialności za osoby mu podlegające i zadania mu powierzone, wypełniając w ten sposób etos zawodu	P7S_KO P7S_KR

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

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

Symbol efektu	Przedmioty specjalnościowe	Praktyka zawodowa	Metodyka pracy magisterskiej	Seminarium magisterskie	BHP	Sociologia czasu wolnego	Turystyka i rekreacja w polityce państwa	Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych	Etyka w biznesie	Protokół dyplomatyczny	Regiony turystyczne Polski	Podstawy medycyny podróży	Zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjne	Heritage interpretation	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym i produktem	Fundusze europejskie i zarządzanie projektami	Kręgi kulturowe świata i wielokulturowość	Promocja zdrowia w miejscu pracy	Podstawy analizy statystycznej	Contemporary trends in tourism and recreation	Badania rynku turystycznego	Ćwiczenia terenowe	Ćwiczenia terenowe
	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼
<b>Wiedza</b>																							
TiR_II_W01	x					x	x							x						x			x
TiR_II_W02	x											x											
TiR_II_W03	x					x	x			x			x				x			x		x	x
TiR_II_W04	x				x								x		x	x							
TiR_II_W05	x										x												
TiR_II_W06	x								x	x					x		x						
TiR_II_W07	x						x				x					x							x
TiR_II_W08	x														x						x		x
TiR_II_W09	x	x					x	x							x	x		x					
TiR_II_W10	x		x	x		x															x		
TiR_II_W11	x			x		x													x		x		
TiR_II_W12	x																						
TiR_II_W13	x					x											x						
TiR_II_W14	x												x				x						
<b>Umiejętności</b>																							
TiR_II_U01	x												x		x								x
TiR_II_U02	x							x			x	x	x	x	x		x			x			
TiR_II_U03	x											x						x					
TiR_II_U04	x	x							x														
TiR_II_U05	x						x	x					x		x								x
TiR_II_U06	x							x													x		x
TiR_II_U07	x	x				x			x		x						x	x					
TiR_II_U08	x		x	x		x													x		x	x	x
TiR_II_U09	x	x				x	x			x			x		x	x				x	x	x	
TiR_II_U10	x	x						x							x	x							
TiR_II_U11	x										x												x
TiR_II_U12	x						x									x							
TiR_II_U13	x							x												x			
TiR_II_U14	x							x				x								x			
TiR_II_U15	x																				x		
TiR_II_U16	x			x		x	x	x					x										
TiR_II_U17	x	x				x		x					x			x						x	
TiR_II_U18	x			x	x			x					x	x		x	x						x
TiR_II_U19	x							x						x		x							
<b>Kompetencje społeczne</b>																							
TiR_II_K01	x	x						x							x						x		
TiR_II_K02	x	x	x			x					x	x	x		x	x	x	x	x			x	x
TiR_II_K03	x	x				x	x							x								x	x
TiR_II_K04	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x		x	x					x	x	

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

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE
Socjologia czasu wolnego	Czas wolny w perspektywie socjologicznej; Pozycja społeczna jednostki a zajęcia podejmowane w czasie wolnym; Socjalizacja w procesie międzypokoleniowej transmisji zachowań wolnoczasowych w dobie globalizacji; Transformacja systemowa a budżet i sposób spędzania czasu wolnego polskiego społeczeństwa; Proces demokratyzacji i egalitaryzacji życia społecznego a uczestnictwo w turystyce i rekreacji; Specyfika czasu wolnego osób niepełnosprawnych; Rola turystyki i rekreacji w procesie resocjalizacji młodzieży niedostosowanej społecznie; Metodologia i koncepcja socjologicznych badań czasu wolnego
Turystyka i rekreacja w polityce państwa	Zagadnienia polityki państwa w obszarze turystyki i rekreacji; Specyfika oddziaływania państwa na rozwój turystyki oraz sportu powszechnego; Współczesne modele i struktury organizacyjne turystyki oraz sportu powszechnego w Polsce na tle rozwiązań stosowanych w państwach Unii Europejskiej; Organizacja i zarządzanie turystyką oraz sportem powszechnym na szczeblu ogólnokrajowym, regionalnym i lokalnym; Działania zmierzające do aktywizacji turystycznej oraz sportowo-rekreacyjnej w regionie; Programowanie rozwoju turystyki i rekreacji w skali krajowej, regionalnej i lokalnej
Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych	Istota, ewolucja, pojęcia i narzędzia e-marketingu; Plan e-marketingowy: analiza sytuacji, charakterystyka KPI, analiza wnętrza i otoczenia organizacji; Cele planu e-marketingowego: wykorzystanie metod i narzędzi internetowych; Strategie e-marketingowe: kreowanie e-doświadczeń konsumenckich, zarządzanie relacjami z klientami; Taktyki e-marketingowe (4 x P). Produkt. Cena. Miejsce. Promocja, diagram Henry'ego Gantta, marketing treści – Content Marketing; Szczegółowy plan działań: PR online, partnerstwo online, reklamy interaktywne, e-mail marketing, marketing w mediach społecznościowych; Kontrola wykonania planu: wskaźniki, częstotliwość raportowania, marketing mobilny.
Etyka w biznesie	Moralność i etyka wobec wyzwań współczesnej globalnej gospodarki; Oceny, normy i wartości etyczne w biznesie; Kodeksy etyczne w działalności turystyczno-rekreacyjnej; Społeczna odpowiedzialność biznesu na przykładach ze sfery turystyczno-rekreacyjnej; Odpowiedzialna turystyka
Protokół dyplomatyczny	Zasady protokołu dyplomatycznego i savoir vivre w biznesie; Powitanie, przedstawianie, tytułowanie; Przyjmowanie delegacji zagranicznej, podpisywanie porozumień, umów; Organizacja przyjęć i spotkań towarzyskich; Tworzenie menu na przyjęcie biznesowe; Korespondencja dyplomatyczna; Nowoczesne technologie a zasady savoir vivre.
Regiony turystyczne Polski	Kluczowe pojęcia: definicje regionów, metody delimitacji, typy regionów i regionalizacji, atrakcyjność turystyczna; Charakterystyka regionów turystycznych Polski (pobrzeża, pojezierza i niziny, wyżyny i góry); Planowanie i tworzenie strategii rozwoju turystyki w regionie; Analiza atrakcyjności turystycznej regionów turystycznych Polski
Podstawy medycyny podróży	Podstawowe pojęcia i źródła informacji w medycynie podróży; Szczepienia w medycynie podróży; Najczęstsze i najgroźniejsze choroby – występowanie, objawy, leczenie, profilaktyka; Problemy zdrowotne związane z nietypowymi warunkami atmosferycznymi; Apteczka podróżna; Ubezpieczenie w podróży; Medyczne aspekty turystyki seksualnej

Zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjne	Zagospodarowanie turystyczne - przystosowanie środowiska przyrodniczo-geograficznego do potrzeb turystyki; Planowanie przestrzenne; Chłonność, pojemność i przepustowość obszarów turystycznych i rekreacyjnych; Zagospodarowanie turystyczne obszarów i obiektów atrakcyjnych turystycznie; Turystyczne jednostki przestrzenne; Zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjne stref geograficznych Polski; Uwarunkowania rozwoju turystyki w regionie w zakresie: terenów zieleni i wód, obiektów kulturowo-sportowych i obiektów zabytkowych oraz szlaków turystycznych - inwentaryzacja stanu obecnego poszczególnych regionów; Ocena stanu poszczególnych regionów; Koncepcja zagospodarowania turystycznego regionów
Heritage interpretation (ang.)	Istota dziedzictwa; Znaczenie interpretacji dziedzictwa w turystyce i rekreacji; Zasady interpretacji dziedzictwa; Plan interpretacji dziedzictwa i jego elementy; Formy interpretacji dziedzictwa
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym i produktem turystycznym i rekreacyjnym	Podstawy prawno-organizacyjne funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych; Wpływ otoczenia na funkcjonowanie przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego; Zarządzanie zasobami ludzkimi i finansami w przedsiębiorstwie turystycznym i rekreacyjnym; Wybrane metody zarządzania wykorzystywane w przedsiębiorstwie turystycznym i rekreacyjnym; Istota, rodzaje, uwarunkowania rozwoju, strategia produktów turystyczno-rekreacyjnych; Markowe produkty turystyki polskiej; Kreowanie produktu turystycznego w oparciu o zasady konkurencyjnej i zrównoważonej turystyki; Audyt turystyczny na przykładzie regionu turystycznego i przedsiębiorstwa.
Fundusze europejskie i zarządzanie projektami	Wprowadzenie do zagadnień funduszy UE; Budżet Unii Europejskiej; Fundusze unijne i ich wykorzystanie na projekty turystyczne i rekreacyjne; Podstawowe założenia Strategii Europa 2020 i jej wdrażanie; Podstawowe założenia Narodowej Strategii Spójności i jej wdrażanie; Dokumentacja związana z aplikowaniem o fundusze unijne; Realizacja projektu finansowanego z dotacji; Najważniejsze aspekty zarządzania projektami: istota i cechy projektu, planowanie i przygotowanie projektu, komunikacja w projekcie, zespół projektowy, budżetowanie projektu
Kręgi kulturowe świata i wielokulturowość	Kręgi kulturowe na świecie, ich geneza, ewolucja i uwarunkowania; Największe religie świata i ich wpływ na funkcjonowanie kręgów kulturowych; Migracje i rozmieszczenie ludzi na świecie; Kultura i tożsamość narodowa; Współpraca kulturowa na świecie; Charakterystyka najważniejszych kręgów kulturowych świata
Promocja zdrowia w miejscu pracy	Geneza i istota współczesnej koncepcji promocji zdrowia; Determinanty i uwarunkowania zdrowia; Charakterystyka, ocena i modyfikacje wybranych zachowań zdrowotnych polskiego społeczeństwa; Zagrożenia zdrowotne w miejscu pracy; Pojęcie i koncepcja siedliska prozdrowotnego; Promocja zdrowia w miejscu pracy – założenia teoretyczne i metodyczne, projekt WHO, dobre praktyki; Procedury i narzędzia ewaluacyjne w ramach promocji zdrowia; Rola magistra w zakresie turystyki i rekreacji w procesie promocji zdrowego stylu życia; Wellness i SPA – usługi na rzecz promocji zdrowia; Prozdrowotne wyjazdy turystyczno-edukacyjne dla wybranej grupy pracowników, z uwzględnieniem warunków i charakteru pracy
Podstawy analizy statystycznej	Źródła danych; Etapy badania statystycznego; Podstawowe pojęcia związane z badaniem statystycznym; Opracowanie materiału źródłowego; Prezentacja danych; Rodzaje miar opisowych; Analiza struktury zbiorowości statystycznej z wykorzystaniem miar klasycznych i pozycyjnych; Analiza współzależności zjawisk; Prognozowanie; Praca w środowisku SPSS: operacje na danych, statystyki podstawowe, generowanie wykresów, szablony wizualizacji danych



Contemporary trends in tourism and recreation (ang.)	Współczesne trendy w podróżowaniu; Nowe trendy w rekreacji; Innowacyjne rozwiązania w branży hotelarskiej; Uwarunkowania i przesłanki rozwoju nowych trendów w turystyce i rekreacji
Badania rynku turystycznego	Rynek turystyczny – podstawowe pojęcia, klasyfikacje; Źródła i pozyskiwanie danych wtórnych i pierwotnych; Badanie wielkości i cech ruchu turystycznego w regionie; Badanie wizerunku regionu; Badanie satysfakcji konsumentów usług turystycznych; Badania wydatków konsumentów usług turystycznych
Ćwiczenia terenowe	<p><u>Moduł I:</u></p> <p>Cechy środowiska geograficznego regionu turystycznego; Charakterystyka ruchu turystycznego w regionie turystycznym; Uwarunkowania rozwoju turystyki i rekreacji w regionie; Kryteria delimitacji regionów turystycznych; Analiza, charakterystyka i ocena wybranych elementów zagospodarowania turystycznego regionu turystycznego; Wykorzystanie istniejącej bazy turystycznej na potrzeby wybranych form turystyki i rekreacji; Charakterystyka i ocena atrakcyjności regionu turystycznego; Znaczenie i praktyczne zastosowanie badań terenowych w turystyce i rekreacji</p> <p><u>Moduł II:</u></p> <p>Produkt turystyczny i rekreacyjny typu obszar (miejsce, region) i specyfika jego tworzenia; Diagnoza dostępnych ofert i produktów turystycznych i rekreacyjnych regionu; Znaczenie turystyki i rekreacji w rozwoju społeczno-gospodarczym regionu; Metody prowadzenia badań dot. produktu turystycznego i rekreacyjnego; Analiza i ocena determinant i strategii rozwoju turystyki i rekreacji regionu; Segmentacja odbiorców produktu turystycznego i rekreacyjnego; Modyfikacja dostępnych produktów turystycznych typu obszar pod kątem oczekiwań i potrzeb różnych grup odbiorców; Badanie satysfakcji klienta; Trendy i tendencje na rynku turystycznym i rekreacyjnym a oferta turystyczna i rekreacyjna w regionie</p>
Metodyka pracy magisterskiej	Określenie obszaru i problemu badawczego; Cele pracy i hipoteza badawcza; Metody badawcze, materiały źródłowe i zakres pracy; Układ pracy i wymagania edytorskie
Seminarium magisterskie	Prowadzenie prac badawczych; Krytyczna analiza literatury przedmiotu i źródeł wiedzy naukowej; Fazy prowadzenia badań naukowych; Konceptualizacja, projektowanie i praktyczne zastosowanie instrumentów badawczych; Zasady redakcyjne i etyczne pracy magisterskiej
BHP	Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy; Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy; Pomieszczenia i warunki środowiskowe; Charakterystyka zagrożeń; Pracownie na uczelni; Wypadki na uczelni; Ochrona przeciwpożarowa; Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach
Przedmioty specjalnościowe	<p><u>Menedżer eventów i turystyki biznesowej:</u> Proces organizacji i zarządzania eventami; Wykorzystanie eventów w komunikacji firmy z rynkiem; Budowanie wartości dla klienta; Aspekty prawne organizacji imprez; Istota i obszar turystyki biznesowej; Uwarunkowania rynku MICE; Strategie funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku MICE w dobie kryzysu</p> <p><u>Menedżer hotelarstwa i gastronomii:</u> Specyfika procesu zarządzania w przedsiębiorstwach hotelarskich i gastronomicznych; Strategie marketingowe stosowane na rynku HoReCa; Metody zwiększania efektywności sprzedaży w branży HoReCa, Kreowanie oferty przedsiębiorstw; Współczesne trendy w obszarze hotelarstwa i gastronomii</p>

	<p><u>Menedżer sportu:</u> Programowanie, organizacja i rozliczanie imprez sportowych; Prawne aspekty organizacji imprez sportowych; Sposoby finansowania przedsięwzięć na rynku sportowym; Aspekty marketingowe działalności sportowej; Krajowe i międzynarodowe systemy zarządzania sportem; Partnerstwo organizacji na rynku sportu</p> <p><u>Treści ogólne:</u> Instrumenty zarządzania relacjami z klientami; Najważniejsze aspekty komunikacji międzykulturowej i negocjacje międzynarodowe; Budowanie i maksymalizacja efektywności zespołu; Zasady prowadzenia rachunkowości w przedsiębiorstwie</p>
--	--

#### IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności kształcenia dla rocznika 2021/22:

Menedżer eventów i turystyki biznesowej

Menedżer hotelarstwa i gastronomii

Menedżer sportu

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

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1	Nauki o zarządzaniu i jakości - dyscyplina wiodąca	60%
2	Geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna	40%

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

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 60,4
	STUDIA NIESTACJONARNE 42,2
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	82,1
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	-

Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	73
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20

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

Wymiar praktyk, dla studentów, rozpoczynających naukę w roku akademickim 2021/22 wynosi 480 godzin (20 ECTS). Podstawą organizacji praktyk zawodowych jest modułowy program praktyk zawodowych, student realizuje moduły obowiązkowe i wybiera moduły spośród modułów do wyboru. Praktyki mogą być realizowane następujących podmiotach: biura podróży, hotele, motele, ośrodki wypoczynkowe, schroniska, kempingi, pola namiotowe, ośrodki sportowe, ośrodki rekreacyjne, ośrodki sportu i rekreacji, punkty informacji turystycznej, obiekty spa i wellness, porty lotnicze, lotniska, uzdrowiska, parki narodowe i krajobrazowe, urzędy administracji rządowej i samorządowej (urzędy gmin, powiatowe, marszałkowskie), branżowe i samorządowe organizacje turystyczne (pot, rot-y, lot-y, pttk), organizacje rekreacyjne (tkkf, stowarzyszenia rekreacyjne), firmy świadczące usługi transportowe, linie lotnicze, agenci handlingowi. Student może wybrać praktykodawcę samodzielnie lub z katalogu firm współpracujących z Uczelnią.

Praktyka zawodowa	<p><u>Moduły obowiązkowe:</u></p> <p>Podstawy prawne i zakres działalności instytucji; Organizacja i procesy zarządcze w instytucji; Dokumentacja organizacyjna instytucji; Obsługa klientów/petentów instytucji; Realizacja zadań i obowiązków wynikających z odbywanej praktyki na różnych stanowiskach w organizacji</p> <p><u>Moduły do wyboru:</u></p> <p>Działalność marketingowa instytucji; Sprzedaż i doradztwo klienta; Nowoczesne technologie informacyjno-komunikacyjne; Finansowe ramy działalności instytucji; Programowanie i organizacja imprezy turystycznej krajowej lub zagranicznej; Programowanie i organizacja imprezy rekreacyjnej lub sportowej; Obsługa podróżnicza pasażerów; Kierowanie obszarem recepcji; Służba pięt – housekeeping; Współpraca w grupie i zarządzanie zespołem; Planowanie i zarządzanie projektami; Moduł realizowany w biurach podróży; Moduł realizowany w portach lotniczych, lotniskach; Moduł realizowany w obiektach noclegowych; Moduł realizowany w obiektach gastronomicznych; Moduł realizowany w punktach informacji turystycznej; Moduł realizowany w ośrodkach/centrach sportu i rekreacji; Moduł realizowany w obiektach uzdrowiskowych, SPA i Wellness; Moduł realizowany w parkach narodowych i krajobrazowych; Moduł realizowany w jednostkach samorządu terytorialnego lub instytucjach administracji państwowej; Moduł realizowany w organizacjach turystycznych lub rekreacyjnych</p>
-------------------	--

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

- weryfikacja efektów uczenia się z obszaru wiedzy
  - quiz interaktywny na platformie Moodle (pytania testowe i opisowe)
  - kolokwium pisemne (pytania testowe i opisowe)
  - egzamin pisemny (pytania testowe, opisowe)
  - kolokwium ustne
  - sprawdziany śródsesestralne
  - indywidualne lub zespołowe opracowanie tematu
  - indywidualna praca pisemna w postaci eseju lub referatu
  - analiza studium przypadku
  - raport
  - praca magisterska (część teoretyczna z bibliografią)
- weryfikacja efektów uczenia się z obszaru umiejętności
  - projekt
  - aktywność na zajęciach rozumiana jako zaangażowanie w pracę grupową
  - zadania o charakterze praktycznym wykonywane indywidualnie lub w zespołach
  - symulacje podczas zajęć
  - kolokwium pisemne (pytania problemowe)
  - egzamin pisemny (pytania problemowe)
  - praca magisterska (część praktyczna - badania ankietowe, analiza danych, wnioski, rekomendacje)
- weryfikacja efektów uczenia się z obszaru kompetencji społecznych
  - dyskusja moderowana lub debata przeprowadzona podczas zajęć
  - udział w zajęciach rozumiany jako aktywna konwersacja z prowadzącym
  - prezentacja zagadnienia lub projektu na forum, obrona projektu
  - udzielanie koleżeńskiej informacji zwrotnej

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

Przedmiot	ECTS
Przedmioty specjalnościowe	26
Praktyka zawodowa	20
Metodyka pracy magisterskiej	1
Seminarium magisterskie	25
BHP	1
Socjologia czasu wolnego	3
Turystyka i rekreacja w polityce państwa	2
Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych	3
Etyka w biznesie	2
Protokół dyplomatyczny	2
Regiony turystyczne Polski	4
Podstawy medycyny podróży	2
Zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjne	3
Heritage interpretation (ang)	3
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym i produktem turystyczno-rekreacyjnym	4
Fundusze europejskie i zarządzanie projektami	3

Kręgi kulturowe świata i wielokulturowość	3
Promocja zdrowia w miejscu pracy	2
Podstawy analizy statystycznej	3
Contemporary trends in tourism and recreation (ang)	2
Badania rynku turystycznego	2
Ćwiczenia terenowe	4