

UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI
WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA I EKONOMIKI USŁUG

PAKIET INFORMACYJNY DLA STUDENTÓW
II STOPNIA
studiów niestacjonarnych

UNIWERSYTET SZCZECIŃSKI
**WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA
I EKONOMIKI USŁUG**



SERVICE INTER-LAB
CENTRUM TRANSFERU WIEDZY
I INNOWACJI DLA SEKTORA USŁUG

KIERUNEK STUDIÓW
TURYSTYKA I REKREACJA

Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług
ul. Cukrowa 8
71-004 Szczecin
tel.: 91-444-31-15 lub 91-444-31-25
Fax: 91-444-31-16
e-mail: wzieu@wzieu.pl
www.wzieu.pl

Rektorat Uniwersytetu Szczecińskiego
Al. Papieża Jana Pawła II 22a
70-453 Szczecin
tel. 91-444-11-72
tel./fax: 91-444-11-74
e-mail: rektorat@univ.szczecin.pl
www.univ.szczecin.pl

ROK AKADEMICKI 2016/2017

PROGRAM STUDIÓW

Studia II stopnia – niestacjonarne spec. Biznes turystyczny

semestr I	W	Inne	ECTS	E/Zo
Historia kultury	30	0	3	zo
Regiony turystyczne	30	0	3	zo
Polityka turystyczna	15	15	4	zo
Ekonomiczne podstawy turystyki	9	9	4	E
Podstawy prawne działalności turystycznej	9	0	2	zo
Produkt turystyczny	0	9	2	zo
Organizacja ruchu turystycznego	9	3	4	E
Analiza rynku usług turystycznych	9	0	4	E
Kreatywność i innowacje w turystyce	9	0	4	E
Razem	120	36	30	4

semestr II	W	Inne	ECTS	E/Zo
Socjologia czasu wolnego	30	15	4	zo
Regiony turystyczne	30	0	3	E
Informatyka w turystyce i rekreacji	15	15	3	zo
Planowanie turystyczne	15	15	4	zo
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	15	30	5	E
Język obcy	0	18	2	E
Komunikacja marketingowa w turystyce	0	9	3	zo
Seminarium magisterskie	0	18	6	zo
Razem	105	120	30	3

semestr III	W	Inne	ECTS	E/Zo
Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych	15	30	5	E
Strategie rynkowe w turystyce	0	9	3	zo
Turoperatorstwo	0	9	3	zo
Protokół dyplomatyczny w biznesie turystycznym	0	9	2	zo
Seminarium magisterskie	0	18	8	zo
Przedmiot do wyboru w języku angielskim lub niemieckim	0	12	1	zo
Blok przedmiotów do wyboru I, II	18	18	8	zo
Razem	33	105	30	1

Blok przedmiotów do wyboru I (Przedsiębiorstwo turystyczne)				
Turystyka biznesowa	9	9	4	zo
Finanse przedsiębiorstw turystycznych	9	9	4	zo
Blok przedmiotów do wyboru II (Produkt turystyczny w ujęciu obszarowym)				
Turystyka zdrowotna	9	9	4	zo

Agroturystyka	9	9	4	zo
---------------	---	---	---	----

semestr IV	W	Inne	ECTS	E/Zo
Przewozy turystyczne	0	9	2	zo
Informacja turystyczna	0	9	2	zo
Społeczno-kulturowe aspekty turystyki	9	0	3	E
Zarządzanie kadrami w turystyce	12	0	4	E
Zarządzanie projektami w turystyce	9	9	4	E
Seminarium magisterskie	0	18	10	zo
Przedmiot do wyboru w j. zyku angielskim lub niemieckim	0	12	1	zo
Blok przedmiotów do wyboru I, II	9	9	4	zo
Razem	39	66	30	3

Blok przedmiotów do wyboru I				
Zarządzanie relacjami z klientem	9	9	4	zo
Blok przedmiotów do wyboru II				
Kształtowanie strategii rozwoju turystyki w regionie	9	9	4	zo

Spis treści

Historia kultury	5
Informatyka w turystyce i rekreacji	7
Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych	9
Planowanie turystyczne	11
Polityka turystyczna	13
Regiony turystyczne.....	15
Socjologia czasu wolnego.....	17
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym.....	19
Studia II stopnia Turystyka i Rekreacja – specjalność Biznes turystyczny.....	23
Agroturystyka.....	23
Analiza rynku usług turystycznych	25
Ekonomiczne podstawy turystyki	27
Finanse przedsiębiorstw turystycznych.....	29
Informacja turystyczna	31
Komunikacja marketingowa w turystyce	33
Kreatywność i innowacje w turystyce.....	35
Kształtowanie strategii rozwoju turystyki w regionie.....	37
Organizacja ruchu turystycznego.....	39
Podstawy prawne działalności turystycznej	41
Produkt turystyczny.....	43
Protokół dyplomatyczny w biznesie turystycznym.....	45
Przedmiot do wyboru w języku angielskim lub niemieckim	47
Przewozy turystyczne	49
Społeczno-kulturowe aspekty turystyki	51
Strategie rynkowe w turystyce	53
Turoperatorstwo.....	55
Turystyka biznesowa.....	57
Turystyka zdrowotna.....	59
Zarządzanie kadrami w turystyce.....	61
Zarządzanie projektami w turystyce.....	63
Zarządzanie relacjami z klientem.....	65

Historia kultury

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Historia kultury					Kod przedmiotu: 08.3X46.AII9901	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Filologiczny/ Instytut Polonistyki i Kulturoznawstwa US/Zakład Wiedzy o Kulturze						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: studia drugiego stopnia, studia niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki (A)			Specjalność : wszystkie	
	Rok / semestr: rok 1, semestr 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	30					
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr hab. Mirosława Kozłowska, prof. US					
Prowadzący zajęcia		Dr Ryszard Stefanik					
Cel przedmiotu / modułu		Celem wykładów jest poszerzenie wiedzy o wybranych zjawiskach w kulturze rozumianej jako aktywność człowieka kształtująca jego środowisko naturalne i społeczne; przedstawienie omawianych procesów i zjawisk w ujęciu synchronicznym i diachronicznym oraz ich interpretacji w kontekście wybranych teorii kultury. Perspektywa historyczna i odniesienia do współczesności posłuży do krytycznej analizy i interpretacji tekstów kultury, zjawisk i procesów.					
Wymagania wstępne		Podstawowa wiedza z zakresu kultury, historii Polski, historii powszechnej, mechanizmów kształtowania życia społecznego oraz wiedza z zakresu przedmiotu historia architektury i sztuki.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01. Zna wybrane koncepcje kultury, jej kategorie i funkcje w kształtowaniu relacji międzyludzkich i społecznych.		K_W01		S2A_W01 M2A_W01		
	02. Zna typy i funkcje komunikowania w ujęciu synchronicznym i diachronicznym; pojęcia nowoczesność, modernizm, ponowoczesność, postmodernizm. Zna kulturowe funkcje mediów.		K_W09 K_W03		S2A_W05 S2A_W09		
	03. Potrafi scharakteryzować mechanizmy i konsekwencje globalizacji, homogenizacji, kolonializmu i postkolonializmu.		K_W03		S2A_W05 S2A_W09		
Umiejętności	04. Rozumie i potrafi na wybranych przykładach wskazać takie cechy procesów i zjawisk kultury jak ciągłość, intersubiektywność, kompleksowość, kontekstualność, normatywność;		K_U10		S2A_U06		
	05. Potrafi ocenić krytycznie stosowane typy i strategie komunikowania;		K_U09		05S2A_U06		
	06. Potrafi na podstawie własnej obserwacji wskazać, opisać i skomentować przykłady przejawów globalizacji, homogenizacji, kolonializmu i postkolonializmu w kulturze.		K_U08		S2A_U09		
Kompetencje społeczne	07. Rozumie potrzebę i przydatność wiedzy interdyscyplinarnej do rozumienia i krytycznej interpretacji zjawisk, procesów i tekstów kultury.		K_K01		S2A_K01 M2A_W01		

	08. Postrzega kultur w perspektywie diachronicznej i synchronicznej jako kompleks zjawisk i procesów dynamicznych, których postrzeganie i rozumienie wymaga nieustannej aktualizacji wiedzy obserwacji rzeczywistości społecznej.	K_K01	S2A_K01 M2A_W01
TRE CI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zaj – wykład			30
1. Podstawowe koncepcje kultury (w ujęciu diachronicznym i synchronicznym). Dziedziny, kategorie, cechy kultury.			2
2. Wzory, normy i kanony w kulturze. Kultura jako forma kontroli.			2
3. Formy i systemy komunikowania – w perspektywie diachronicznej i synchronicznej.			4
4. Strategie i funkcje komunikacji masowej (druk i środki audiowizualne).			4
5. Media w kulturze.			4
6. Czas w kulturze (przednowoczesny, nowoczesny, zadaniowy).			2
7. Problemy czasoprzestrzeni – homogenizacja kultury; pojęcie centrum i peryferii.			2
8. Kultura uniwersalna, globalna, narodowa, etniczna, plemienna, rodowiskowa, subkultury.			2
9. Kolonializm i postkolonializm jako zjawiska kulturowe.			2
10. Ciało i cielesność w kulturze. Gender, feminizm, queer.			4
12. Problemy tożsamości kulturowej.			2
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • Wykład • Wykład z elementami dyskusji • Prezentacja 		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium • praca pisemna/Esej/recenzja • zajęcia praktyczne/weryfikacja przez obserwację 		01, 02, 04, 05, 03, 06 06,07,08
Forma i warunki zaliczenia	Pozytywna ocena z testu oraz eseju/rozprawki przygotowanej samodzielnie przez studenta. Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną ocen z testu (50%) i eseju/rozprawki (50%).		
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. E. Baldwin, B. Longhurst, S. McCracken, M. Ogborn, G. Smith, Wstęp do kulturoznawstwa. Przekład m. Kaczyński, J. Łoziński, T. Rosiński. Zys i S-ka Wydawnictwo. Poznań 2007. 2. J. Gajda, Antropologia kulturowa. Wprowadzenie do wiedzy o kulturze. Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2008. 3. W. Richard, Życie po europejsku. Od czasów najdawniejszych do współczesności. Tłumaczył: Jacek Antkowiak. Red. Naczelny prof. dr hab. W. Burszta. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa 2009. 		
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów. Opracowali: G. Godlewski, L. Kolankiewicz, A. Mencwel, P. Rodak. Wstęp i redakcja A. Mencwel. Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego 2005. 2. T. Edensor, Tożsamość narodowa, kultura popularna i życie codzienne. Kraków 2004. 3. E.W. Rothenbuhler, Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej. Przekład i redakcja J. Barański. Kraków 2003. 4. M. Bogucka, Gorsza plebs. Kobieta w dziejach Europy od antyku po wiek XXI. Wydawnictwo TRIO. Warszawa 2005. 5. R. Sennett, Upadek człowieka publicznego. Przełożyła Hanna Jankowska, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA. Warszawa 2009. 		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:			
			Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne			30
Przygotowanie się do zajęć			
Studiowanie literatury			10
Udział w konsultacjach			10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			5
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia			16
Inne			4
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.			75
Liczba punktów ECTS			3

Informatyka w turystyce i rekreacji

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Informatyka w turystyce i rekreacji					Kod przedmiotu: 11.0.X46AII09_05	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Kultury Fizycznej i Promocji Zdrowia, Zakład Teoretycznych Podstaw Kultury Fizycznej						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: studia drugiego stopnia studia niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki (A)			Specjalność: Wszystkie	
	Rok 1 semestr 2		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	15		15			
Koordynator przedmiotu / modułu		dr Jarosław Nadobnik					
Prowadzący zajęcia		dr Jarosław Nadobnik					
Cel przedmiotu / modułu		Zapoznanie studentów z podstawami zastosowania narzędzi informatycznych w pracy naukowej i biurowej. Przedstawienie podstawowych pojęć, ukazanie przykładów rozwiązywania konkretnych problemów i zagadnień z zastosowaniem poszczególnych programów komputerowych, zdobywanie przez studentów umiejętności samodzielnego wyboru i dostosowywania poszczególnych narzędzi informatycznych					
Wymagania wstępne		W - wiedza z zakresu informatyki na poziomie szkoły średniej U - umiejętności z zakresu obsługi komputera (poziom szkoły średniej) K - kreatywność, odpowiedzialność					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01. Student zna pojęcia z zakresu zastosowania informatyki w branży turystycznej.				K_W01	S2A_W01 M2A_W01	
	02. Student zna zasady planowania i realizacji kampanii marketingowo-sprzedażowych z wykorzystaniem sieci Internet.				K_W02	S2A_W07 S2A_W11	
	03. Student potrafi scharakteryzować i opisać zagrożenia i potencjalne korzyści wynikające z zastosowania narzędzi informatycznych w branży turystycznej.				K_W05	S2A_W10 M2A_W11	
Umiejętności	04. Student potrafi dobrać i efektywnie wykorzystywać poszczególne narzędzia informatyczne w rozwiązywaniu konkretnych problemów, z jakimi może się spotkać w branży turystycznej.				K_U11	S2A_U04 M2A_U02	
	05. Student potrafi zaplanować i zrealizować kampanie promocyjne w sieci internetowej. Sprawdza skuteczność realizowanego e-marketingu				K_U04	S2A_U04, S2A_U07 M2A_U06 M2A_U04	
	06. Student potrafi korzystać z technik informacyjnych w celu pozyskiwania i przechowywania danych				K_U04	S2A_U04, S2A_U06 M2A_U08 M2A_U06 M2A_U07	
Kompetencje społeczne	07. Student realizuje zadania w sposób zapewniający bezpieczeństwo, zdaje sobie sprawę z konsekwencji wykorzystywania nielegalnego oprogramowania a także akceptuje i stosuje się do regulacji obowiązujących w czasie komunikowania się w sieci				K_K06	S2A_K04 M2A_K07	
TRECI PROGRAMOWE						Liczba godzin	

Forma zaj – wiczenia laboratoryjne		15
1.	Ergonomia pracy z komputerem. Zasady dotycz ce wła ciwego przygotowania miejsca do pracy z komputerem.	2
2.	Firma w Internecie. Prawo dotycz ce biznesu w Internecie. Niebezpiecze stwa pracy w sieci komputerowej.	4
3.	Rola i wykorzystanie komputerów w prowadzeniu firmy turystycznej. Specyfika bran y.	2
4.	Tworzenie i współdzielenie dokumentów w sieci komputerowej.	2
5.	Wybrane strony internetowe dotycz ce obsługi ruchu turystycznego.	2
6.	Specjalistyczne oprogramowanie w firmie turystycznej.	2
7.	Podstawy marketingu z wykorzystaniem nowoczesnych technologii.	1
Forma zaj – wykłady		15
1.	Podstawowe operacje na plikach i katalogach. Powtórka z zarz dzenie systemem.	2
2.	Strategia promocyjna firmy w Internecie.	4
3.	Wybrane systemy informatyczne w bran y turystycznej	3
4.	Obsługa programów do obsługi ruchu turystycznego oraz programów wykorzystywanych w bran y turystycznej.	2
5.	Zastosowanie Internetu w bran y turystycznej. Wyszukiwanie danych. Bazy on-line.	2
6.	Zaliczenie praktyczne przedmiotu	2
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • Prezentacja multimedialna • Opracowanie projektu • Praca w grupach 	
Metody weryfikacji efektów kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacja • Projekt • Sprawdzian • Zaj cia praktyczne 	Nr efektu kształcenia z sylabusu 01, 02 01,02,03,04 01,02,03,04 05,06,07
Forma i warunki zaliczenia	ocena ze sprawdzianu praktycznego i odpowiedzi ustnej oraz wykonanie projektu i kolokwium zaliczeniowe	
Literatura podstawowa	1. J. Berdychowski: Informatyka w turystyce i rekreacji, Warszawa 2011 2. A Lenart, J Winiarski, E Winkowski "Podstawy informatyki w turystyce: materiały do wicze ". Gda sk: Wy sza Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, 2010 3. N. Nalazek, J., Moskala Internet w turystyce , hotelarstwie - informatyka w hotelarstwie. Helion 2009	
Literatura uzupełniają ca	1. Nadobnik J. (2014): Oczekiwania studentów turystyki i rekreacji w zakresie nauczanych tre ci przedmiotu „technologie informacyjne”. W: Edukacja mi dzynarodowa w warunkach kultury globalnej. Od rozwa a definicyjnych do praktycznych zastosowa . T. 2. Red. nauk. Natalia D bowska, Marta Wałachowska, Natasza Starik. Pozna : Wydaw. Wy szej Szkoły Bezpiecze stwa, s. 355-358. (Seria: Edukacja XXI wieku ; Nr 31) 2. Nadobnik J, Trzeciak J. (2011): Oczekiwania pracodawców dotycz ce umiej tno ci obsługi komputera w wietle wybranych ofert zatrudnienia na lubuskim rynku pracy. W: Edukacja techniczna dla rynku pracy. Red. nauk. Grzegorz Andrzejewski, Wojciech A. Sysło. Gorzów Wlkp.: Wydaw. Naukowe Pa stwowej Wy szej Szkoły Zawodowej	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne		30
Przygotowanie si do zaj		10
Studiowanie literatury		10
Udział w konsultacjach		2
Przygotowanie projektu		10
Przygotowanie si do egzaminu/lub i zaliczenia		11
Inne		2
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		75
Liczba punktów ECTS		3

Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych				Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_08			
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk							
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja							
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne				Profil kształcenia: A ogólnoakademicki		Specjalność: wszystkie	
	Rok 2 / semestr 3				Status przedmiotu: obowiązkowy		Język przedmiotu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)	
	Wymiar zajęć	15	30					
Koordynator przedmiotu								
Prowadzący zajęcia								
Cel przedmiotu / modułu		Celem realizowanego przedmiotu jest przedstawienie istoty oraz znaczenia marketingu w turystyce i rekreacji, zaprezentowania sposobu planowania i wykorzystania głównych instrumentów marketingu mix, tj. produktu, ceny, dystrybucji i promocji usług turystycznych i rekreacyjnych. W zakresie przedmiotu omówione zostaną również elementy związane z marketingowym kształtowaniem personelu przedsiębiorstw turystycznych i podmiotów oferujących usługi rekreacyjne.						
Wymagania wstępne		brak						
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru		
Wiedza	01 Student definiuje pojęcie „marketing”				K_W02	S2A_W01		
	02 Student wymienia i opisuje poszczególne instrumenty marketingowe					S2A_W06		
Umiejętności	03 Student potrafi dokonać oceny skuteczności instrumentów polityki personalnej wykorzystywanych w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych				K_U09	S2A_U07		
	04 Podczas dyskusji problemowej student zachowuje otwartość na poglądy pozostałych uczestników dyskusji					S2A_U08		
Kompetencje społeczne	05 Student rozumie znaczenie potrzeb klienta jako podstawy działań marketingowych				K_K04	S2A_K02		
					K_K02	S2A_K04		
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin		
Forma zajęć – wykłady						15		
1. Istota marketingu usług, produkt turystyczny - definicje, struktura marketingowa, cykle życia						3		
2. Elementy marketingu terytorialnego, produkt w ujęciu obszarowym						3		
3. Zasady różnicowania cen usług turystycznych i rekreacyjnych, Techniki yield management w turystyce i rekreacji						3		
4. Kanaly dystrybucji usług turystycznych i rekreacyjnych						2		
5. Promocja usług turystycznych i rekreacyjnych;						2		
6. Znaczenie personelu w działaniach marketingowych						2		
Forma zajęć – wiczenia						30		
1. Omówienie istoty marketingu usług turystycznych i rekreacyjnych poprzez analizę studium przypadku						3		
2. Produkt turystyczny, usługa rekreacyjna – teoria i praktyka (przykłady)						3		
3. Budowanie nowych produktów turystycznych oraz usług rekreacyjnych (praca w grupach)						3		

4. Ró nicowanie cen w turystyce i rekreacji (analiza przypadków)	3
5. Dystrybucja usług turystycznych i rekreacyjnych (analiza studium przypadku)	3
6. Tworzenie planu promocyjnego dla nowych produktów turystycznych i usług rekreacyjnych	6
7. Promocja usług turystycznych i rekreacyjnych w nowoczesnych mediach (m.in. Internet)	3
8. Budowanie wizerunku podmiotów oferuj cych usługi turystyczne i rekreacyjne	3
9. Marketing – mix w wybranej firmie turystycznej -prezentacje przygotowane przez Studentów	3
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • opracowanie projektu
Metody weryfikacji efektów kształcenia	Nr efektu kształcenia z sylabusa
	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny z wiedzy z wykładu (test) • kolokwium • projekt grupowy i indywidualny
Forma i warunki zaliczenia	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny (test) obejmuj cy wiedz z wykładów • kolokwium pisemne (test z pytaniami otwartymi) obejmuj cy wiedz z wicze • przygotowanie i prezentacja własnego projektu
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marketing usług turystycznych. Red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2007 2. J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk: Produkt turystyczny, PWE, Warszawa 2005.
Literatura uzupełniają ca	<ol style="list-style-type: none"> 1. J. Altkorn: Marketing w turystyce. PWN, Warszawa 1994 2. A. Oleksiuk: Marketing usług turystycznych, Centrum Doradztwa i Informacji Diffin Sp. z o.o., Warszawa 2000
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne	45
Przygotowanie si do zaj	15
Studiowanie literatury	15
Udział w konsultacjach	25
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia	15
Inne	4
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	125
Liczba punktów ECTS	5

Planowanie turystyczne

Wypełnia Zespól Kierunku	Nazwa przedmiotu: Planowanie turystyczne					Kod przedmiotu:	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Wydział Kultury Fizycznej i Promocji Zdrowia, Zakład Turystyki i Rekreacji						
	Nazwa kierunku: TURYSTYKA I REKREACJA						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A ogólnoakademicki		Specjalność: wszystkie	
	Rok 1 / semestr: 2			Status przedmiotu: obowiązkowy		Język przedmiotu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
Wymiar zajęć	9	9					
Koordynator przedmiotu		dr Małgorzata Paczyńska-Jdrycka					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z różnymi aspektami planowania w turystyce					
Wymagania wstępne		Student powinien posiadać podstawową wiedzę w zakresie marketingu w turystyce					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student definiuje podstawowe pojęcia związane z planowaniem turystycznym;				K_W02	S2A_W01	
	02 Student identyfikuje najważniejsze uwarunkowania i cele budowy planów rozwoju				K_W06	S2A_W06	
	03 Student opisuje etapy konstruowania planów rozwoju turystyki				K_W06	S2A_W06 S2A_W11	
Umiejętności	04 Student analizuje i ocenia plany rozwoju turystyki oraz wskazuje ich znaczenie w procesie zarządzania regionem				K_U01	S2A_U01	
					K_U10	S2A_U06	
Kompetencje społeczne	05 Student wykazuje samodzielnie i kreatywnie w ocenie zjawisk objętych planowaniem turystycznym				K_K04	S2A_K07 S2A_K04	
	06 Student w planowaniu turystycznym akceptuje i zachowuje zasady rozwoju zrównoważonego oraz zauważa wpływ turystyki na rozwój społeczno-gospodarczy obszaru				K_K03	S2A_K04	
					K_K07	S2A_K05	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Wykłady							
1. Podstawowa terminologia związana z planowaniem turystycznym. Wprowadzenie do problematyki przedmiotu						1	
2. Planowanie turystyczne a konkurencyjność regionów						1	
3. Uwarunkowania strategii rozwoju w turystyce						1	
4. Cele planowania turystycznego						1	
5. Procedura planowania w turystyce						3	
6. Planowanie turystyczne jako narzędzie zarządzania regionem						1	
7. Planowanie turystyczne w regionie i w kraju						1	
Suma						9	
wiczenia							
1. Wprowadzenie do problematyki przedmiotu. Omówienie zagadnień, literatury i warunków zaliczenia.						1	
2. Przegląd rynku turystycznego w kontekście strategii rozwoju						1	

3. Plan medialny - promocja		1
4. Hotel - planowanie działalności		1
5. Biuro podróży a planowanie turystyczne		1
6. Plan marketingowy w turystyce		1
7. Prezentacja planów marketingowych		2
8. Zaliczenie wicze		1
Suma		9
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • Zajęcia praktyczne (indywidualne i w grupach) • Projekt wraz z prezentacją • Wykład multimedialny • Burza mózgów • Dyskusja 	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • prezentacje • projekt • zajęcia praktyczne (weryfikacja przez obserwację) 	01, 02, 03, 04 05,06 05, 06 05, 06
Forma i warunki zaliczenia	<p>wiczenia: Student zobowiązany jest do przygotowania planu marketingowego wraz z prezentacją i przedstawienia go. Ocena z wicze obejmuje zaliczenie planu marketingowego wraz z prezentacją i przedstawieniem go (przynajmniej na ocenę dostateczną). Ocena z wicze może zostać podwyższona za dodatkową aktywność lub wolontariat. Egzamin pisemny obejmuje wiedzę z wicze i z wykładów. Stanowi 100% oceny z egzaminu. Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną oceny z wicze i oceny z wykładów.</p>	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eider P., Paczyńska-Jdrycka M., Krupecki K. (2014): Innowacyjność w promocji miasta Poznania szansą jego rozwoju. (w:) Handel Wewnętrzny 2014; 5 (352): 25-36. 2. Strategie rozwoju turystyki w regionie, red. B. Meyer, D. Milewski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009. 3. Paczyńska-Jdrycka M., Eider P. (2014): Innowacyjność w animacji czasu wolnego szansą rozwoju wybranych destynacji turystycznych. (w:) Handel Wewnętrzny 2014; 6 (353): 281-291. 4. Boruszczak M. (2000): Polityka samorządu lokalnego w dziedzinie turystyki. WSTiH, Gdańsk 5. A.S. Komak, A. Rapacz, Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie. Wydawnictwo AE im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001 6. Panasiuk A. (2013): Marketing w turystyce. PWN, Warszawa. 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. D. Milewski, Regionalne uwarunkowania rozwoju turystyki na przykładzie województwa zachodniopomorskiego, Wydawnictwo Naukowe UŚ, Szczecin 2005. 2. Paczyńska-Jdrycka. (2014): Animacja czasu wolnego jako rodzaj usługi hotelarskiej. (w:) Eider J. (red.): Turystyka i rekreacja w teorii i praktyce. WNUS, Szczecin, s. 107-115. 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		18
Przygotowanie się do zajęć		7
Studiowanie literatury		25
Udział w konsultacjach		2
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		25
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		20
Inne		3
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		100
Liczba punktów ECTS		4

Polityka turystyczna

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Polityka turystyczna					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_04	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia stacjonarne i niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: wszystkie	
	Rok 1 Semestr 1			Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (zajęcia terenowe)
Wymiar zajęć	15	10				5	
Koordynator przedmiotu / modułu							
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Przedstawienie roli państwa i jego organów w funkcjonowaniu gospodarki turystycznej. Analiza metod i instrumentów polityki turystycznej w kształtowaniu rynku turystycznego.					
Wymagania wstępne		Wiedza z zakresu makroekonomii, polityki społeczno-ekonomicznej, podstaw wiedzy o społeczeństwie (nauki o polityce).					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student wymienia podmioty polityki turystycznej w Polsce i na świecie				K_W03	S2A_W02 S2A_W03 S2A_W04 S2A_W07 S2A_W08	
	02 Student zna główne zadania administracji państwowej w zakresie turystyki						
Umiejętności	03 Student posiada umiejętność oceny zakresu potrzeb wpływu państwa na rynek turystyczny, w odniesieniu do strony podańowej – struktura oferty, jak i popytowej – ochrona konsumenta				K_U01	S2A_U01 S2A_U03	
	04 Student ocenia funkcjonowanie podmiotów polityki turystycznej zna ich kompetencje oraz wskazuje efekty ich działalności na rynku usług turystycznych				K_U09	S2A_U02	
Kompetencje społeczne	05 dyskutuje na temat relacji pomiędzy polityką turystyczną Polski i Unii Europejskiej				K_K07	S2A_K04	
	06 ma wiadomość znaczenia roli państwa dla rozwoju turystyki.				K_K03	S2A_K06	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						15	
1. Wprowadzenie do polityki społeczno-ekonomicznej						2	
2. Relacje państwo-turystyka						2	
3. Morfologia polityki turystycznej						2	
4. Makroekonomiczne aspekty polityki turystycznej						2	
5. Regionalna i lokalna polityka turystyczna						3	
6. Polityka rynkowa przedsiębiorstw turystycznych						2	
7. Strategie rozwoju turystyki w Polsce i Unii Europejskiej						2	
Forma zajęć – wiczenia						10	
1. Podmioty międzynarodowej polityki turystycznej – Międzynarodowe Organizacje Turystyczne						1	
2. Narodowa Administracja Turystyczna i Narodowa Organizacja Turystyczna						2	
3. Regionalne i Lokalne Organizacje Turystyczne						2	
4. Kompetencje samorządów wojewódzkich, powiatowych i gminnych w zakresie turystyki						2	
5. Polityka turystyczna Unii Europejskiej						1	
6. Organizacja i zarządzanie turystyką w wybranym państwie europejskim (praca w grupach z prezentacją)						2	
Forma zajęć - zajęcia terenowe						5	

1. Wizyta studentów w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Zachodniopomorskiego – Wydział Turystyki i Gospodarki.	3										
2. Wizyta studentów w Zachodniopomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej	2										
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • opracowanie projektu 										
Metody weryfikacji efektów kształcenia	<table border="1"> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne • praca w grupach • analiza tekstów z dyskusją • opracowanie projektu indywidualnego </td> <td>Nr efektu kształcenia z sylabusu</td> </tr> <tr> <td></td> <td>01,02,03,04</td> </tr> <tr> <td></td> <td>03</td> </tr> <tr> <td></td> <td>03,04,05,06</td> </tr> <tr> <td></td> <td>04,06</td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne • praca w grupach • analiza tekstów z dyskusją • opracowanie projektu indywidualnego 	Nr efektu kształcenia z sylabusu		01,02,03,04		03		03,04,05,06		04,06
<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne • praca w grupach • analiza tekstów z dyskusją • opracowanie projektu indywidualnego 	Nr efektu kształcenia z sylabusu										
	01,02,03,04										
	03										
	03,04,05,06										
	04,06										
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium w formie pisemnej (test) obejmującej wiedzę z zakresu wicze i wykładów oraz przygotowanie zadania praktycznego.										
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomia turystyki i rekreacji, red. A. Panasiuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011. 2. J. Borzyszkowski, Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce, CeDeWu, Warszawa 2011. 3. Strategie rozwoju turystyki w regionie, red. B. Meyer, D. Milewski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009. 										
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Polityka turystyczna, red. A. Panasiuk, Fundacja Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005, 2. Obowiązujące akty prawne dotyczące regulacji rynku usług turystycznych. 3. Obowiązujące strategie, programy dotyczące rozwoju gospodarki turystycznej na szczeblu UE, Polski, regionalnym i lokalnym. 										
NAKŁAD PRACY STUDENTA:											
	Liczba godzin										
Zajęcia dydaktyczne	30										
Przygotowanie się do zajęć	8										
Studiowanie literatury	10										
Udział w konsultacjach	20										
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10										
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	20										
Inne	2										
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100										
Liczba punktów ECTS	4										

Regiony turystyczne

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Regiony turystyczne					Kod przedmiotu: 07.1V146AI09_03	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Historii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: wszystkie	
	Rok 1 semestr: 1,2			Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	60 (po 30 na sem.)	-	-	-	-	-
Koordynator przedmiotu / modułu		dr hab. prof. US Andrzej Mielcarek (andrzej.mielcarek@wzieu.pl)					
Prowadzący zajęcia		dr Krzysztof Małachowski (krzysztof.malachowski@wzieu.pl);					
Cel przedmiotu / modułu		Zapoznanie studentów z podstawami regionalizacji (w tym regionalizacji turystycznej), delimitacji i analiz regionów turystycznych na świecie i w Polsce.					
Wymagania wstępne		Znajomość geografii, biologii i ochrony środowiska z zakresu szkoły średniej. Umiejętność obserwacji zjawisk społeczno-gospodarczych oraz wykorzystania wiedzy z różnych dziedzin nauki.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Definiuje pojęcie regionu i regionu turystycznego.				K_W01	S2A_W01	
	02 Wyjaśnia znaczenie gospodarcze regionu turystycznego oraz posiada wiedzę analityczną dotyczącą regionów turystycznych w Polsce i na świecie.				K_W03	S2A_W03	
Umiejętności	03 Analizuje znaczenie poszczególnych regionów turystycznych świata i Polski dla gospodarki poszczególnych państw.				K_U01	S2A_U01	
					K_U03	S2A_U02	
Kompetencje społeczne	04 Podejmuje dyskusję związaną z doświadczeniami wynikającymi z autopsji poszczególnych regionów turystycznych Polski i świata.				K_K07	S2A_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład							
1. Region i jego znaczenie						2	
2. Teoretyczne podstawy regionalizacji turystycznej						2	
3. Zasady gospodarki turystycznej w regionach						2	
4. Zarządzanie turystyką w regionie						2	
5. Strategie rozwoju turystyki w regionie						2	
6. Regionalizacja turystyczna świata (wg światowej Organizacji Turystyki – UNWTO)						4	
7. Regionalizacja turystyczna Polski						4	
8. Omówienie regionów turystycznych świata						22	
9. Omówienie regionów turystycznych Polski						20	

Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> - wykład audytoryjny; - prezentacja multimedialna; 	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	- egzamin pisemny	01,02,03,04
Forma i warunki zaliczenia	Egzamin pisemny (test). Zaliczenie obejmujące znajomość treści wykładów oraz zalecanej literatury. Zaliczenie następuje na podstawie wyników uzyskanych z egzaminu.	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kruczek Z., Zmyłony P., <i>Regiony turystyczne</i>, Wyd. Proksenia, Kraków 2010. 2. Warszawska J. (red.), <i>Geografia turystyczna świata. cz. 1 i 2</i>, PWN, Warszawa 2000. 3. Lijewski T., Mikołowski B., Wyrzykowski J., <i>Geografia turystyki Polski</i>, PWE, Warszawa 2002. 4. Liszewski S., <i>Przestrzeń turystyczna Polski. Koncepcja regionalizacji turystycznej</i>, „Folia Turistica”, 2009. 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Golembki G. (red.), <i>Kompendium wiedzy o turystyce</i>, Wyd. PWN, Warszawa-Poznań 2002. 2. Meyer B., Milewski D. (red.), <i>Strategie rozwoju turystyki w regionie</i>, PWN, Warszawa 2009. 3. Gaworecki W. W., <i>Turystyka</i>, PWE, Warszawa 2007. 4. Kruczek Z., Sacha S., <i>Geografia atrakcji turystycznych Polski</i>, Wyd. Ostoja, Kraków 1995. 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		60
Przygotowanie się do zajęć		8
Studiowanie literatury		16
Udział w konsultacjach		30
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		-
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		30
Inne		4
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		150
Liczba punktów ECTS		6

Socjologia czasu wolnego

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Socjologia czasu wolnego					Kod przedmiotu: 14.9V146AII1302	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Organizacji i Zarządzania						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia stacjonarne i niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: wszystkie	
	Rok 1 semestr: 2			Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	30	15				
Koordynator przedmiotu / modułu		dr hab. prof. US Wojciech Downar , wojciech.downar@wzieu.pl					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		<ul style="list-style-type: none"> Przekazanie wiedzy o sposobach spędzania wolnego czasu w nowoczesnych społeczeństwach Wskazanie czynników określających styl życia Nabywanie umiejętności analizowania budów czasu spędzania wolnego czasu 					
Wymagania wstępne		Wiedza z zakresu socjologii ogólnej					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student rozróżnia, definiuje i charakteryzuje podstawowe pojęcia z zakresu socjologii czasu wolnego				K_W04	S2A_W05	
					K_W03	S2A_W04	
Umiejętności	02 Student analizuje i ocenia omawiane na zajęciach przypadki				K_U01	S2A_U01	
					K_U05	S2A_U07	
					K_U08	S2A_U02	
Kompetencje społeczne	03 Student opracowuje harmonogram spędzania czasu wolnego				K_U02	S2A_U01	
					04 Student angażuje się w pracę zespołową		
05 Student wykazuje kreatywność i zabiera głos w dyskusjach nad omawianymi przykładami				K_K07	S2A_K04 S1A_U07		
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						30	
1 Pojęcie kultury. Uczestnictwo i rozpowszechnianie kultury. Kultura masowa						2	
2 Układy kultury. Wskaźniki, uwarunkowania i typy uczestnictwa w kulturze						2	
3 Życie codzienne: przemiany kulturowe w wieku XX i XXI.						2	
4 Styl życia: pojęcia, sposoby badania, rezultaty						2	
5 Pojęcie czasu wolnego						2	
6 Sposoby spędzania czasu wolnego, determinanty form spędzania czasu wolnego						2	
7 Społeczeństwo nowoczesne versus społeczeństwo ponowoczesne. Nowa klasa próbnicza						2	
8. Uwarunkowania społeczno-polityczne sportu i rekreacji							
9 Homo ludens. Socjologiczne rozumienie zabawy: rozrywka, wiato, współzawodnictwo i gry społeczne.						2	
10 E-społeczeństwo. Różne formy uczestnictwa w wirtualnej rzeczywistości (grupy dyskusyjne, czaty, blogi, ustream, fora społeczne)						2	
11 Turystyka jako element kultury konsumpcyjnej: Tradycyjne i nowoczesne rozumienie turysty.						2	
12 Aktywność obywatelska. Uczestnictwo w działalności stowarzyszeń i fundacji. Włoniariat						2	
13 Społeczne, kulturowe, ekonomiczne, marketingowe i psychologiczne uwarunkowania upowszechniania						2	

zdrowego stylu życia		
14	Metodyka badania czasu wolnego.	2
15	Pozycja społeczna człowieka a zajęcia podejmowane w czasie wolnym	2
Forma zajęć – wiczenia		15
1	Uczestnictwo w kulturze: Ogólna charakterystyka i cechy uczestnictwa w kulturze.	2
2	Czas wolny. Klasyfikacja definicji czasu wolnego.	2
3	Zróżnicowanie społeczne a zróżnicowanie sposobów spędzania wolnego czasu (dochody, charakter zajęć, płeć, wiek, tradycje rodzinne)	1
4	Konsumpcjonizm i jego upowszechnianie. Homogenizacja i globalizacja kultury.	2
5	Socjologia turystyki: Kierunki badań socjologicznych. Socjologiczne teorie turystyki	2
6	Czas wolny współczesnej młodzieży-młodzieży miejskiej i wiejskiej	2
7	Czas wolny osób starszych	2
8	Budowa czasu wolnego, planowanie i zarządzanie czasem wolnym	2
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • wykłady interaktywne • prezentacje multimedialne • analiza tekstów z dyskusją • praca w grupach 	
Metody weryfikacji efektów kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium zaliczeniowe • praca w grupach 	Nr efektu kształcenia z sylabusu 01 02, 03, 04, 05
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie w oparciu o: kolokwium w formie pisemnej lub ustnej na podstawie treści prezentowanych na wiczeniach oraz wykładach; aktywność na wiczeniach.	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Januszek H., Sikora J., Postawy socjologii, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2000. 2. Muszyński W., Sokółowski M., Homo creator czy homo ludens? Nowe formy aktywności i spędzania wolnego czasu, Wydawnictwo Adama Marszałek, Toruń 2008. 3. Milian L., Socjologia czasu wolnego. Wiedza o czynnościach swobodnie wybieranych, Gdańsk 2010. 4. Winiarski R. (red.), Rekreacja i czas wolny, Warszawa 2012. 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Muszyński W., Nowy wspaniały świat. Moda, konsumpcja i rozrywka jako nowe style życia, Wydawnictwo Adama Marszałek, Toruń 2009. 2. Muszyński W., Małe t sknoty. Style życia we współczesnym społeczeństwie, Wydawnictwo Adama Marszałek, Toruń 2009. 3. MacCannell D., Turysta. Nowa teoria klasy próbniczej, Warszawa 2002. 4. Tarkowska E., Czas w społeczeństwie. Problemy, tradycje, kierunki badań, Wrocław 1987. 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		45
Przygotowanie się do zajęć		5
Studiowanie literatury		13
Udział w konsultacjach		20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		-
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		15
Inne		2
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100
Liczba punktów ECTS		4

Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym					Kod przedmiotu: 04.0V146AII18_07	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalno : wszystkie	
	Rok 1 / semestr: 2			Status przedmiotu: obowiązkowy		Język przedmiotu : polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	15	30				
Koordynator przedmiotu		dr Marta Sidorkiewicz					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi funkcjonowania i zarządzania przedsiębiorstwami turystycznymi.					
Wymagania wstępne		Podstawowe wiadomości z zakresu ekonomii i turystyki.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student potrafi zdefiniować główne terminy z zarządzania, jego funkcje i struktury oraz wskazać klasyfikację przedsiębiorstw turystycznych.				K_W02	S2A_W02	
	02 Student ma podstawową wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa turystycznego.				K_W03	S2A_W02 S2A_W03	
Umiejętności	03 Student jest przygotowany do samodzielnego rozwiązywania problemów zarządzających w branży turystycznej.				K_U06	S2A_U03 S2A_U07	
	04 Student umie posługiwać się językiem branżowym.				K_U07	S2A_U10	
Kompetencje społeczne	05 Podczas dyskusji problemowej na zajęciach wiczeniowych student proponuje rozwiązania dotyczące problemów pojawiających się w przedsiębiorstwach turystycznych.				K_K05	S2A_K04	
	06 Student jest przygotowany do uczestnictwa w pracy zespołowej.				K_K04	S2A_K02	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Wykłady						15	
1. Teoretyczne aspekty przedsiębiorstw turystycznych – definicja i cele						1	
2. Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw turystycznych						2	
3. Podstawy zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym						3	
4. Otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego						3	
5. Struktury organizacyjne przedsiębiorstw turystycznych i przedsiębiorstw turystycznych.						3	
6. Nowoczesne formy zarządzania przedsiębiorstwami turystycznymi						3	
wiczenia						30	

1. Etapy zakładania działalności gospodarczej w turystyce	3				
2. Wizja i misja przedsiębiorstwa turystycznego	3				
3. Metody analizy strategicznej (Analiza SWOT, macierz BCG)	3				
4. Plany w przedsiębiorstwie turystycznym	3				
5. Zarządzanie zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie turystycznym	3				
6. Style zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym	3				
7. Kultura organizacyjna w przedsiębiorstwie turystycznym	3				
8. Projektowanie struktury organizacyjnej wybranego przedsiębiorstwa turystycznego	3				
9. Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwie turystycznym	3				
10. Ekologia w zarządzaniu przedsiębiorstwem turystycznym	3				
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach 				
Metody weryfikacji efektów kształcenia	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>Nr efektu kształcenia z sylabusu</td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • kolokwium • zajęcia praktyczne (weryfikacja przez obserwację) </td> <td>01, 02, 03, 04 01, 02, 03, 04 05, 06</td> </tr> </table>		Nr efektu kształcenia z sylabusu	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • kolokwium • zajęcia praktyczne (weryfikacja przez obserwację) 	01, 02, 03, 04 01, 02, 03, 04 05, 06
	Nr efektu kształcenia z sylabusu				
<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • kolokwium • zajęcia praktyczne (weryfikacja przez obserwację) 	01, 02, 03, 04 01, 02, 03, 04 05, 06				
Forma i warunki zaliczenia	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny (forma testowa) obejmujące wiedzę z wykładów • kolokwium pisemne (forma testowo-opisowa) obejmujące wiedzę z ćwiczeń • aktywność na zajęciach wiceniowych. <p>Ocenę końcową z przedmiotu jest ocena z egzaminu.</p>				
Literatura podstawowa	1. A. Rapacz, Przedsiębiorstwo turystyczne, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2007.				
Literatura uzupełniająca	1. J. Samowski, E. Kirejczyk, Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym, Almamater, Warszawa 2007.				
NAKŁAD PRACY STUDENTA:					
	Liczba godzin				
Zajęcia dydaktyczne	45				
Przygotowanie się do zajęć	8				
Studiowanie literatury	5				
Udział w konsultacjach	20				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10				
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	35				
Inne	2				
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	125				
Liczba punktów ECTS	5				

Lektorat

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Lektorat					Kod przedmiotu: 09.3 IV46AI00_11	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Akademickie Centrum Kształcenia Językowego						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: studia drugiego stopnia, studia niestacjonarne			Profil kształcenia: (A) ogólnoakademicki		Specjalność : wszystkie	
	Rok 1 , semestr: 2			Status przedmiotu /modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	Indywidualna praca studenta
	Wymiar zajęć	-	24	-	-	-	
Koordynator przedmiotu / modułu		Mgr Magdalena Cypryańska					
Prowadzący zajęcia		według przydziału czynności					
Cel przedmiotu / modułu		Doskonalenie sprawności językowych i doprowadzenie studentów do poziomu B2+ według zaleceń					
Wymagania wstępne		Wiadomości z zakresu gramatyki, słownictwa i fonetyki na poziomie B2 według zaleceń Common European Framework.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Umiejętności	01. Studiuje literaturę przedmiotu w języku obcym.				K_U21 K_U08 K_U07	S1A_U11 M1A_U14	
Kompetencje społeczne	02. Rozumie potrzeby ustawicznego kształcenia się w dziedzinie języka obcego.				K_K04 K_K08	S1A_K01 S1A_K05 M1A_K01	
TREŚCI PROGRAMOWE							
Forma zajęć – wiczenia						24	
1. Zajęcia doskonalące język specjalistyczny.						24	
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> konwersacje sluchanie dialogów, tekstów i wiadomości czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) pisanie krótkich tekstów prezentacje samodzielnie przygotowanych prezentacji 						
Metody weryfikacji efektów kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> kolokwium sprawdzian prezentacje zajęcia praktyczne/weryfikacja przez obserwację 					Nr efektu kształcenia z sylabusu 01, 02 01, 02 01, 02 01,02	
Forma i warunki zaliczenia	<ul style="list-style-type: none"> obecność na zajęciach zaliczenie pisemne w formie testu Wymagania na oceny: • Dostateczna 60-70% punktów zdobytych na testach • Dobra 71-89% punktów zdobytych na testach • Bardzo dobra - 90-100% punktów zdobytych na testach <p>Ocena końcowa to średnia ocen z testów czystkowych, testu zaliczeniowego i ocen zdobytych podczas zajęć praktycznych.</p>						
Literatura podstawowa	Według wyboru lektora danego języka						
Literatura uzupełniająca	Według wyboru lektora danego języka						

NAKŁAD PRACY STUDENTA:

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	24
Przygotowanie się do zajęć	8
Studiowanie literatury	4
Udział w konsultacjach	2
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	8
Inne	0
Egzamin	4
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Studia II stopnia Turystyka i Rekreacja – specjalno Biznes turystyczny

Agroturystyka

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Agroturystyka					Kod przedmiotu: 04.4.VIII46II00_26	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Biologii, Katedra Zoologii Bezkręgowców i Limnologii						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia studia niestacjonarne		Profil kształcenia: A			Specjalno : Biznes turystyczny	
	Rok 2 / semestr 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (zajęcia terenowe)
	Wymiar zajęć	9	6				3
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr Marta Sidorkiewicz					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		<p>Zapoznanie studentów z problematyką agroturystyki. Uwrażliwienie studentów na konieczność ochrony nie-masowych sposobów wypoczynku i zachowania wyjątkowości i kameralności oferty agroturystycznej, szczególnie jej walorów zdrowotnych (np. wyjątkowo ekologiczna, imponderabilia). Uświadomienie studentom związku agroturystyki z ochroną środowiska naturalnego i przyrody oraz dziedzictwa kulturowego wsi, jako niezbędnych komponentów w rozwoju agroturystyki.</p>					
Wymagania wstępne		<p>Podstawy ekonomiki, zarządzania i marketingu. Dodatkowym atutem byłaby znajomość podstaw geografii i biologii (np. środowiskowej, ochrony przyrody, ekologii).</p>					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student definiuje przedmiot i zakres wiedzy o agroturystyce; w szczególności charakteryzuje krajobraz rolniczy i jego formę na potrzeby agroturystyki;				K_W01	S2A_W01	
	02 Student opisuje wpływ agroturystyki na społeczność wiejską i miejską; w szczególności wyraża potrzeby społeczne w zakresie agroturystyki;				K_W03	S2A_W05	
Umiejętności	03 Student umiejętnie formułuje ofertę agroturystyczną i kreuje ruch agroturystyczny; w szczególności potrafi proponować i planować przedsięwzięcia agroturystyczne				K_U06	S2A_U07	
	04 Student rozpoznaje i systematyzuje różnorodność usług i produktów agroturystycznych				K_U10	S2A_U06	
Kompetencje społeczne	05 Student wykazuje kreatywność w propagowaniu agroturystyki i umiejętność pracy w zespole; w szczególności korzystania z wiedzy i możliwości twórczych innych osób; tak też tworzy nowe miejsca pracy dla ludności wiejskiej.				K_K03	S2A_K03	
					K_K04	S2A_K04 S2A_K05 S2A_K07	
					K_K08	S2A_K03 S2A_K05	

	06 Student wykazuje odpowiedzialność za przestrzeganie idei ochrony przyrody i ekologii; w szczególności rozumie konieczność zachowania i rozwoju nieuprzemysłowionych metod uprawy roli i hodowli zwierząt w celu poprawy i zachowania zdrowia ludności oraz dba o zachowanie wartości etnograficznych wsi dla przyszłych pokoleń ;	K_K03	S2A_K03
		K_K07	S2A_K04
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Wykład			9
Od turystyki wiejskiej do agroturystyki – podstawowe zagadnienia i dylematy polityczne			3
Prawne aspekty prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie agroturystyki			3
Kategoryzacja wiejskiej bazy noclegowej			3
wiczenia			6
Rolnictwo polskie i rolnictwo innych krajów – cechy i nowe kierunki			3
Znaczenie agroturystyki dla obszarów wiejskich i ich ludności. Specyfika terenów agroturystycznych w różnych rejonach Polski			3
Korzyści płynące z agroturystyki – stowarzyszenia, w tym ekologiczna, atrakcje agroturystyczne, turystyka kwalifikowana. Stan rozwoju agroturystyki w Polsce			3
Zajęcia terenowe			3
1. Wizyta studyjna w gospodarstwie agroturystycznym			3
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacja multimedialna • wizyta studyjna 		
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu	
	<ul style="list-style-type: none"> • sprawdzian, • kolokwium 	01, 02, 03, 04 05, 06	
Forma i warunki zaliczenia	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne obejmujące wiedzę z wykładów (50% oceny zaliczenia), • kolokwium pisemne obejmujące wiedzę z wiczeń (50 % oceny zaliczenia), • udział w wizycie studyjnej. <p>Ocenę końcową z przedmiotu jest ocena z zaliczenia.</p>		
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Majewski J., Lane B., 2003, Turystyka wiejska i rozwój lokalny, Warszawa 2. Sznajder M. Przezbórska L. 2006. Agroturystyka, PWE, Warszawa. 3. Wiślicka U. (red.). 2000. Agroturystyka. SGGW, Warszawa. 4. Sawicki B., Mazurek-Kusiak A., 2010, Agroturystyka w teorii i praktyce, Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Lublin. 		
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dąbrowska M., Tkaczuk M. 1997. Agroturystyka – koszty, ceny, efekty. Poltex, Warszawa. 2. Drzewiecki M. 1995. Agroturystyka. Zależności-uwarunkowania-działania. Inst.Wydawniczy „wiadectwo”, Bydgoszcz 3. Jalinik M. 2002. Agroturystyka na obszarach przyrodniczo cennych. Wyd. Politechniki Białostockiej, Białystok 4. Młynarczyk K. (red.) 2002. Agroturystyka. Wyd. Uniw. Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn. 5. Strzeliński L, Budowanie marki wiejskiej - podstawowe determinanty i kierunki działań , 2009, CDR w Brwinowie, Kraków. 		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:			
	Liczba godzin		
Zajęcia dydaktyczne	18		
Przygotowanie się do zajęć	20		
Studiowanie literatury	20		
Udział w konsultacjach	20		
Przygotowanie projektu, prezentacji	10		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	10		
Inne	2		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100		
Liczba punktów ECTS	4		

Analiza rynku usług turystycznych

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Analiza rynku usług turystycznych					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_13	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia stacjonarne		Profil kształcenia: A			Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 1 Semestr 1		Status przedmiotu /modułu: obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9					
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr Agnieszka Sawińska					
Prowadzący zajęcia		dr A. Sawińska (agnieszka.sawinska@wzieu.pl), dr K. Orfin (katarzyna.orfin@wzieu.pl)					
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zdobycie przez Studentów wiedzy teoretycznej oraz praktycznej w zakresie analizy rynku turystycznego. Studenci poznają metody analizowania, interpretowania i przedstawiania danych (informacji), które mają zastosowanie na rynku turystycznym.					
Wymagania wstępne		Posiadana wiedza przez Studentów powinna obejmować zagadnienia z ekonomiki turystyki i rekreacji, podstaw marketingu, szczególnie w zakresie metod gromadzenia danych.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student ma poszerzoną wiedzę na temat procedury badawczej i potrafi wyjaśnić różnicę pomiędzy badaniami a analizą rynku turystycznego				K_W06	S2A_W06	
	02 student zna metody analizowania danych 03 student opisuje modele decyzji nabywczych na rynku turystycznym				K_W12	S2A_W06 S2A_W04	
Umiejętności	04 Posiada umiejętność analizowania i interpretowania danych (informacji) pochodzących z sektora turystycznego				K_U05	S2A_U08	
					K_U08	S2A_U08	
Kompetencje społeczne	05 podczas prezentacji wyników badań i dyskusji jest świadomy na znaczenie obiektywizmu w analizie i ocenie zjawisk zachodzących w sektorze turystycznym				K_K08	S2A_K03	
	06 wykazuje odpowiedzialność przy realizacji procedury badania rynku				K_K07	S2A_K04	
				K_K04	S2A_K02 S2A_K04		
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Analiza rynku jako etap procedury badawczej rynku turystycznego						1	
2. Przedmiot analizy rynku turystycznego i źródła informacji w turystyce						1	
3. Metody i techniki analizy rynku usług turystycznych						2	
4. Metody prezentacji wyników analizy						1	
5. Modele i analiza decyzji nabywczych na rynku turystycznym						2	
6. Analiza działań marketingowych przedsiębiorstw turystycznych						2	
Metody kształcenia		<ul style="list-style-type: none"> prezentacje multimedialne opracowanie projektu 					
Metody weryfikacji efektów kształcenia		<ul style="list-style-type: none"> egzamin pisemny opracowanie projektu indywidualnego 				Nr efektu kształcenia z sylabusu 01,02,03 04,05,06	
Forma i warunki zaliczenia		Wykład: egzamin pisemny (pytania opisowe, pytania testowe, zadania). Ocena z egzaminu					

	uwzgl. dnia ocen z wicze . wiczenia: kolokwium pisemne (cz testowa, cz w formie pyta otwartych), przedstawienie na zaj ciach projektu badawczego, praca własna Studenta, aktywno , obecno
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomia turystyki rekreacji, red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2011, Roz. 7 2. Tokarz, A. Lewandowska, Badania rynku turystycznego. Materiały do studiowania, WN US, Szczecin 2004 3. G. Rosa, A. Smalec., T. Sondej, Analiza i funkcjonowanie rynku: wiczenia i zadania, WN US, Szczecin 2010.
Literatura uzupełniają ca	<ol style="list-style-type: none"> 1. B. Dobiegała-Korona, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Almamater, Warszawa 2010. 2. Strony internetowe GUS
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne	30
Przygotowanie si do zaj	10
Studiowanie literatury	16
Udział w konsultacjach	13
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia	17
Inne	4
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4

Ekonomiczne podstawy turystyki

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Ekonomiczne podstawy turystyki					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_09	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes Turystyczny	
	Rok 1 Semestr 1			Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9				
	Koordynator przedmiotu / modułu		Dr hab. prof. US A. Panasiuk				
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zdobycie przez studenta identyfikacji i badania zjawisk, praw i prawidłowości ekonomicznych zachodzących na rynku usług turystycznych, w szczególności analiza i ocena zjawisk i ich zależności na poziomie makroekonomicznym i mikroekonomicznym.					
Wymagania wstępne		Znajomość podstawowych zagadnień związanych z funkcjonowaniem rynku i podstawowej terminologii turystycznej.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 student definiuje kategorie ekonomiczne na rynku usług turystycznych, identyfikuje najważniejsze zjawiska, prawa i prawidłowości ekonomiczne,				K_W01	S2A_W01	
	02 student potrafi opisać zależności zjawisk ekonomicznych dotyczących turystyki w skali makroekonomicznej				K_W04	S2A_W08	
Umiejętności	03 student potrafi dokonać analizy i oceny zjawisk o charakterze ekonomicznym występujących na rynku usług turystycznych i rekreacyjnych				K_U01	S2A_U03	
	04 student umie zastosować w praktyce gospodarczej poznane prawa i prawidłowości ekonomiczne				K_U06	S2A_U03	
Kompetencje społeczne	05 jest świadomy na znaczenie obiektywizmu w analizie i ocenie zjawisk ekonomicznych zachodzących na rynku usług turystycznych				K_U09	S2A_U06	
	06 wykazuje kreatywność podczas dyskusji nad znaczeniem zjawisk ekonomicznych zachodzących na rynku usług turystycznych				K_K07	S2A_K04	
				K_K07	S2A_K07		
TRECI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Ekonomiczne funkcje rozwoju turystyki						2	
2. Mnożnik turystyczny						1	
3. Rachunek satelitalny turystyki						1	
4. Struktura gospodarki turystycznej						1	
5. Rola turystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym						1	
6. Etapy i modele konsumpcji turystycznej						1	
7. Czynniki kształtujące wielkość popytu turystycznego						1	
8. Metody ustalania cen na usługi turystyczne						1	
Forma zajęć – wiczenia						9	
1. Charakterystyka rodzajów ruchu turystycznego (wiczenia w grupach)						1	
2. Pozytywne i negatywne ekonomiczne skutki rozwoju turystyki (wiczenia w grupach)						1	
3. Elementy gospodarki turystycznej; klasyfikacja działalności turystycznej – PKD (wiczenia w grupach)						1	
4. Zjawisko mnożnika turystycznego i metodyka oraz zastosowanie rachunku satelitalnego turystyki. RST						2	

dla Polski (praca w grupach)		
5.	Popyt turystyczny – cechy i zależności. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych (praca w grupach)	2
6.	Istota i cechy podaży turystycznej. Mierniki podaży turystycznej	1
7.	Stawki podatku VAT w gospodarce turystycznej – przykład Polski	1
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • casey • analiza tekstów z dyskusją 	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • kolokwium • projekt grupowy 	01,02, 01,02 03,04,05,06
Forma i warunki zaliczenia	Wykład: egzamin pisemny (pytania opisowe, pytania testowe) obejmujący wiedzę z wykładów oraz zalecanej literatury. wzajemności: kolokwium pisemne (test), praca własna studenta, aktywność, obecność.	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomika turystyki i rekreacji, red. A. Panasiuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011. 2. Niezgoda, P. Zmyślony, Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2003. 3. S. Wodejko, Ekonomiczne zagadnienia turystyki, Prywatna Wyższa Szkoła Handlowa, Warszawa 1998. 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. W.W. Gaworecki, Turystyka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006. 2. Turystyka, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007. 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		18
Przygotowanie się do zajęć		15
Studiowanie literatury		20
Udział w konsultacjach		13
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		5
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		25
Inne		4
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100
Liczba punktów ECTS		4

Finanse przedsiębiorstw turystycznych

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Finanse przedsiębiorstw turystycznych					Kod przedmiotu: 04.0V146AII06_26	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Finansów Przedsiębiorstwa						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia stacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność : wszystkie	
	Rok 2 semestr 3			Status przedmiotu / modułu: Do wyboru		Język przedmiotu / modułu: Polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9	-	-	-	-
Koordynator przedmiotu / modułu							
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką finansowania przedsiębiorstw turystycznych. Prezentacja podstawowych pojęć i problemów gospodarki finansowej w przedsiębiorstwach turystycznych.					
Wymagania wstępne		Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstw.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 student definiuje podstawowe pojęcia z dziedziny finansów przedsiębiorstwa turystycznego				K_W02	S2A_W02 S2A_W03	
	02 student rozróżnia instrumenty finansowania działalności przedsiębiorstw turystycznych				K_W02	S2A_W07 S2A_W08	
Umiejętności	03 student rozumie działanie instrumentów finansowania, służących do zarządzania poszczególnymi składnikami majątku				K_U09	S2A_U02 S2A_U07 S2A_U08	
	04 student proponuje i weryfikuje skuteczność instrumentów finansowania				K_U09		
Kompetencje społeczne	05 student akceptuje i rozumie znaczenie decyzji finansowych na efektywne działanie przedsiębiorstw turystycznych				K_K08	S2A_K02 S2A_K03 S2A_K05	
	06 student jest zorientowany i dostrzega znaczenie strategii finansowych w działalności przedsiębiorstw turystycznych				K_K08		
TRECI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć wykład						9	
1. Różnica kapitału w przedsiębiorstwie						2	
2. Długookresowe i krótkookresowe instrumenty finansowania przedsiębiorstwa						2	
3. Specyfika gospodarki finansowej w firmach turystycznych						1	
4. Ryzyko i dochód w decyzjach finansowych w przedsiębiorstwie						1	
5. Koszt kapitału obcego i własnego i modele wyceny aktywów kapitałowych						1	
6. Strategie finansowania majątku w przedsiębiorstwie						1	
7. Struktura kapitału a wartość firmy						1	
Forma zajęć wiczenia						9	
1. Kapitał własny i obcy jako źródło finansowania działalności przedsiębiorstwa						2	

2. Instrumenty krótkoterminowego finansowania przedsi biorstwa	2
3. Instrumenty długoterminowego finansowania przedsi biorstwa	1
4. Polityka kredytowa przedsi biorstwa	1
5. Struktura kapitałowo- maj tkowa przedsi biorstwa	1
6. Strategie finansowania przedsi biorstw	1
7. Struktura kapitału w rentowno przedsi biorstwa	1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , praca w grupach, rozwi zywanie zada i analiza przykładów
Metody weryfikacji efektów kształcenia	Nr efektu kształcenia z sylabusu
	kolokwia zaliczenie pisemne- test z pytaniami
	01, 02, 05, 06 01, 02, 03, 04, 05, 06
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie obejmuje wiedz z wykładów oraz zalecanej literatury, zaliczenie wicze na podstawie obecno ci, aktywno ci pracy pisemnej i kolokwiów.
Literatura podstawowa	1. Bielawska A. (red.), <i>Nowoczesne zarz dzanie finansami przedsi biorstwa</i> , Wydawnictwo Beck, Warszawa 2009, 2. Bielawska A., <i>Podstawy finansów przedsi biorstw</i> , Wyd. ZSB, Szczecin 2001 3. A.Skowronek – Mielczarek: <i>Małe i rednie przedsi biorstwa, ródlu finansowania</i> , Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2007
Literatura uzupełniają ca	1. W.D bski, <i>Teoretyczne i praktyczne aspekty zarz dzania finansami przedsi biorstwa</i> , PWN, Warszawa 2005
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne	18
Przygotowanie si do zaj	20
Studiowanie literatury	20
Udział w konsultacjach	20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia	10
Inne	2
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz	100
Liczba punktów ECTS	4

Informacja turystyczna

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Informacja turystyczna					Kod przedmiotu: 15.0M46AII18_20	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Uniwersytet Szczeciński / Wydział Zarządzania I Ekonomiki Usług, Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne		Profil kształcenia: A			Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 semestr: 4		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie) zajęcia terenowe
	Wymiar zajęć		6				3
Koordynator przedmiotu / modułu		dr hab. prof. US A. Panasiuk					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi funkcjonowania systemów informacji turystycznej.					
Wymagania wstępne		Podstawowe wiadomości z zakresu ekonomii, zarządzania, ekonomiki turystyki					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01. definiuje system informacji turystycznej charakteryzuje otoczenie rynku turystycznego				K_W03	S2A_W02 S2A_W03	
					K_W09	S2A_W06	
	02. ma podstawową wiedzę na temat finansowania i organizacji systemu informacji turystycznej na poziomie gminy, powiatu oraz regionu				K_W03	S2A_W02 S2A_W03	
					K_W06 K_W05	S2A_W06 S2A_W10	
Umiejętności	03. jest przygotowany do samodzielnego tworzenia systemu informacji turystycznej na poziomie gminy				K_U06	S2A_U05 S2A_U07	
					K_U07 K_U11	S2A_U10 S2A_U04	
	04. jest przygotowany do pracy w punkcie informacji turystycznej						
K_K08					S2A_K07 S2A_K02		
Kompetencje społeczne	05. Podczas dyskusji problemowej na zajęciach wiczeniowych student potrafi zachować otwartość na poglądy pozostałych uczestników dyskusji						
	06. Angażuje się w pracę zespołową						
TRECI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wiczenia						6	
1. Podstawowe pojęcia z zakresu informacji turystycznej						1	
2. Miejsce systemu informacji turystycznej na rynku turystycznym						1	
3. Organizacja systemu informacji turystycznej na poziomie gminy						1	
4. Organizacja systemu informacji turystycznej na poziomie regionu i kraju						1	
5. Finansowanie systemu informacji turystycznej						1	
6. Współpraca publiczno-prywatna w zakresie informacji turystycznej						1	
Forma zajęć – zajęcia terenowe						3	
Wizyta studyjna w Centrum Informacji Turystycznej							
Metody kształcenia		Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		Kolokwium Analiza tekstów z dyskusji				01,02,03, 04,05,06	
Forma i warunki zaliczenia		zaliczenie pisemne, Analiza tekstów z dyskusji					

Literatura podstawowa	Informacja Turystyczna, red. A. Panasiuk, C.H. Beck, Warszawa 2010 Z. Kruczek, B. Walas, Promocja i informacja turystyczna, Proksenia, Kraków 2004
Literatura uzupełniająca	Ekonomika turystyki i rekreacji, red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2011 M. Florek, A. Proszowska-Sala, Promocja miast nowa perspektywa, Stroer, Poznań 2010
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Przygotowanie się do zajęć	5
Studiowanie literatury	14
Udział w konsultacjach	8
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	4
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	8
Inne	2
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Komunikacja marketingowa w turystyce

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Komunikacja marketingowa w turystyce					Kod przedmiotu: 04.7VI46AI11_15	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/ Katedra Marketingu Usług						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność : Biznes Turystyczny	
	Rok 1 semestr 2			Status przedmiotu /modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		9				
Koordynator przedmiotu / modułu		dr Kamila Peszko (kamila.peszko@wzieu.pl)					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest przedstawienie koncepcji wymiany informacji, czyli komunikacji między gałęziami turystycznym (podmiotami gospodarczymi, regionami) a rynkiem turystycznym i otoczeniem. Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z komunikacją marketingową. Wskazanie na najlepsze narzędzia i metody komunikacji dla tej specyficznej gałęzi gospodarczej.					
Wymagania wstępne		Wiedza z zakresu podstawy marketingu i podstaw turystyki					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 umie rozpoznawać i opisywać narzędzia marketingowe 02 potrafi identyfikować segmenty rynku turystycznego				K_W02 K_W06	S2A_W11	
Umiejętności	03 potrafi zastosować elementy komunikacji marketingowej na rynku usług turystycznych				K_U07	S2A_U10	
	04 potrafi ocenić sytuację rynkową przedsiębiorstwa i wyciąga wnioski niezbędne do podjęcia działań komunikacyjnych,				K_U01	S2A_U03	
Kompetencje społeczne	05 jest zorientowany na zgłębienie problemu złej komunikacji wykorzystywanej przez branżę turystyczną w celu poszukiwania jak najlepszych rozwiązań				K_K01	S2A_K06 S2A_K07	
					K_K05	S2A_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wiczenia						9	
1. Istota i znaczenie komunikacji marketingowej						0,5	
2. Elementy komunikacji marketingowej i jej zastosowanie na rynku usług turystycznych						1	
3. Segmentacja rynku turystycznego i jego odbiorców						0,5	
4. Komunikacja branży turystycznej z rynkiem i otoczeniem						0,5	
5. Komunikacja między regionem z potencjalnymi turystami: przekazywanie informacji za pomocą Internetu						1	
6. Instrumenty i narzędzia służące promocji regionu						0,5	
7. Analiza przypadków na przykładach event marketingu						1	
8. Opracowywanie koncepcji promocji wydarzeń						1	
9. Sposoby planowania i realizacji badań komunikacji marketingowej w turystyce						1	
10. Planowanie mediów						1	
11. Prezentacja i omówienie własnych projektów koncepcji komunikacyjnej wybranego podmiotu turystycznego/ organizacji turystycznej						1	
Metody kształcenia		casey study, metody projekcyjne, dyskusje, prezentacje, zajęcia w pracowniach: komputerowej i badawczej					
Metody weryfikacji						Nr efektu kształcenia	

efektów kształcenia		z sylabusu
	Zaliczenie materiału z zakresu znajomości podstawowych pojęć i podziałów Zaliczenie pisemne – praca zaliczeniowa Projekt komunikatu marketingowego dla wybranego produktu turystycznego – prezentacja pracy	01-02 01-04 03-05
Forma i warunki zaliczenia	Projekt komunikatu marketingowego dla wybranego produktu turystycznego – praca i prezentacja przygotowanego projektu	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jakóbczyk-Gryszkiewicz J. Gryszkiewicz B.: Komunikacja marketingowa w turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007 2. Rosa G. : Komunikacja marketingowa, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005 3. J. W. Wiktor: Komunikacja marketingowa, PWN, 2013. 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nowakowska A, Marketing w turystyce, w: Lokalna polityka turystyczna i marketing, Centrum Edukacji Kadr Turystycznych w Krakowie, Instytut Turystyki w Krakowie, Kraków 1998 2. Rosa G. Komunikacja i negocjacje w biznesie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2009 3. Czasopisma „Marketing i rynek”, „Marketing w praktyce” 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		9
Przygotowanie się do zajęć		15
Studiowanie literatury		13
Udział w konsultacjach		15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		12
Przygotowanie się do prezentacji		10
Inne		2
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		75
Liczba punktów ECTS		3

Kreatywność i innowacje w turystyce

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Kreatywność i innowacje w turystyce					Kod przedmiotu: 14.3V146AII02_14	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/ Katedra Efektywności i Innowacji						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes Turystyczny	
	Rok 1 semestr 1			Status przedmiotu /modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9				
Koordynator przedmiotu / modułu		dr hab. prof. US Piotr Niedzielski, dr Joanna Markiewicz					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z istotą innowacyjności i kreatywności oraz przygotowanie studenta do praktycznego stosowania metod zarządzania procesem innowacyjnym i kreatywnymi metodami rozwiązywania problemów w turystyce.					
Wymagania wstępne		Wiedza z zakresu podstaw marketingu i zarządzania.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student potrafi zdefiniować pojęcie „innowacje” oraz wymienia rodzaje i źródła innowacji				K_W01	S2A_W01	
	02 Student potrafi tłumaczyć procesy innowacyjne, w tym zachodzące w branży turystycznej;				K_W06 K_W11	S2A_W06	
	03 Student potrafi wyjaśnić uwarunkowania innowacyjności w skali mikro, mezo i makro w kontekście branży turystycznej				K_W11	S2A_W06	
Umiejętności	04 Student potrafi dobrać kreatywne metody rozwiązywania problemów w zakresie funkcjonowania firmy z branży turystycznej oraz zaproponować innowacyjne rozwiązania				K_U09	S2A_U02	
Kompetencje społeczne	05 Student jest zorientowany na właściwą komunikację i postaw społecznych jako podstaw procesów innowacyjnych.				K_K02	S2A_K04	
	06 Student aktywnie uczestniczy w pracy w grupach.				K_K04 K_K08	S2A_K02	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Podstawowe zagadnienia z zakresu innowacji: istota, rodzaje, źródła innowacji oraz znaczenie innowacji we współczesnej gospodarce i rozwoju przedsiębiorstw w kontekście branży turystycznej – ujęcie teoretyczne.						5	
2. Przebieg i uwarunkowania procesów innowacyjnych						1	
3. Zarządzanie kreatywnością: kreatywne jednostki i grupy, cechy kreatywnych grup, stymulowanie kreatywności.						2	
4. Innowacyjność krajów OECD.						1	
Forma zajęć – wiczenia						9	
1. Podstawowe zagadnienia z zakresu innowacji: istota, rodzaje, źródła innowacji oraz znaczenie innowacji we współczesnej gospodarce i rozwoju przedsiębiorstw turystycznych – przykłady.						2	
2. Istota procesów innowacyjnych: modele, absorpcja i dyfuzja innowacji.						1	
3. Uwarunkowania i mierniki innowacyjności – przykłady innowacyjnych firm w branży turystycznej.						2	
4. Regionalna scena innowacji a rozwój branży turystycznej: aktorzy, interakcje, systemy innowacji, klastry.						1	
5. Kreatywne metody rozwiązywania problemów w branży turystycznej – stymulowanie kreatywności.						3	
Metody podjęte (wykład informacyjny, prelekcja), metody problemowe (wykład problemowy oraz							

Metody kształcenia	metody aktywizujące: (metoda przypadków, dyskusja panelowa, burza mózgów), metody praktyczne (wiczenia przedmiotowe).	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	Egzamin pisemny Zaliczenie pisemne Prezentacja multimedialna	01,02,03 01,02,04 05,06
Forma i warunki zaliczenia	Podstawą uzyskania zaliczenia z wicze jest zdanie pisemnego kolokwium (pytania otwarte) oraz opcjonalnie wykonanie, przygotowanie i przedstawienie prezentacji multimedialnej. Po uzyskaniu pozytywnej oceny z zaliczenia student może przystąpić do egzaminu pisemnego w formie testu wielokrotnego wyboru, obejmującego wiedzę z wykładów oraz zalecanej literatury. Egzamin odbywa się według harmonogramu sesji z Dziekanatu dla danych grup studenckich; terminarz egzaminów znany studentom 1 miesiąc przed wyznaczoną datą.	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harvard Business Essentials, Zarządzanie kreatywnością i innowacją, MT Biznes 2005. 2. Niedzielski P., Rychlik K.: Innowacje i kreatywność, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2006. 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bednarczyk M., Najda-Janoszka M. (red.) Innowacje w turystyce - Regionalna przestrzeń współpracy w makroregionie południowym Polski, CeDeWu, Warszawa 2014 2. Niedzielski, P., Markiewicz J., Rychlik K., Rzewuski T.: Innowacyjność w działalności przedsiębiorstw. Kompendium wiedzy. Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2007. 3. Regionalna Strategia Innowacji Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2011-2020, Szczecin 2011. 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		18
Przygotowanie się do zajęć		12
Studiowanie literatury		17
Udział w konsultacjach		20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		9
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		20
inne		4
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100
Liczba punktów ECTS		4

Kształtowanie strategii rozwoju turystyki w regionie

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Kształtowanie strategii rozwoju turystyki w regionie					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_26	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes Turystyczny	
	Rok 2 Semestr 4			Status przedmiotu / modułu: do wyboru		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9				
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr hab. prof. US A. Panasiuk					
Prowadzący zajęcia		dr Katarzyna Orfin (katarzyna.orfin@wzieu.pl)					
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z uwarunkowaniami i procedurami tworzenia strategii rozwoju turystyki w regionie; umiejętność opracowania strategii wykorzystującej regionalne elementy potencjału turystycznego do rozwoju wybranych form turystyki i rekreacji; właściwy sposób ujęcia turystyki w strategiach rozwoju i planach zagospodarowania przestrzennego obszarów.					
Wymagania wstępne		Znajomość podstawowych zagadnień związanych z funkcjonowaniem gospodarki turystycznej i podstawowej terminologii turystycznej.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 student ma pogłębioną wiedzę związaną z kształtowaniem strategii rozwoju turystyki, identyfikuje najważniejsze uwarunkowania i cele budowy strategii rozwoju turystyki, opisuje etapy konstruowania strategii rozwoju turystyki.				K_W03	S2A_W03	
					K_W06	S2A_W06	
Umiejętności	02 student potrafi dokonać analizy i oceny strategii rozwoju turystyki oraz wskazać ich znaczenie w procesie zarządzania obszarem recepcyjnym				K_U01	S2A_U03	
					K_U09	S2A_U06	
Kompetencje społeczne	04 jest wrażliwy na znaczenie obiektywizmu w analizie i ocenie zjawisk związanych z kształtowaniem strategii rozwoju turystyki				K_K03 K_K07	S2A_K06 S2A_K04	
					K_K03 K_K07	S2A_K06 S2A_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Podstawowe pojęcia związane ze strategią rozwoju turystyki						1	
2. Strategia rozwoju jako narzędzie w procesie zarządzania regionem i polityce turystycznej						1	
3. Rola strategii rozwoju turystyki w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej regionów						1	
4. Przesłanki tworzenia strategii rozwoju turystyki						1	
5. Procedura konstruowania strategii rozwoju turystyki						2	
6. Strategia rozwoju turystyki a rozwój zrównoważony						1	
7. Krajowe programy rozwoju turystyki						1	
8. Przykłady regionalnych strategii rozwoju turystyki						1	
Forma zajęć – wiczenia						9	
1. Źródła informacji w procesie opracowywania strategii rozwoju turystyki						1	
2. Diagnoza stanu istniejącego						1	
3. Identyfikacja kluczowych problemów rozwojowych						1	
4. Analiza SWOT						1	

5. Wzja rozwoju i strategiczne cele rozwoju turystyki		1
6. Strategiczne programy dziaania		1
7. Organizacja procesu wdro enia strategii i monitoring jej realizacji		1
8. Przykłady strategii rozwoju turystyki (praca studentów)		2
Metody ksztalcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • casey 	
Metody weryfikacji efektów ksztalcenia		Nr efektu ksztalcenia z sylabusa
	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium • projekt grupowy 	01,02 03,04,05
Forma i warunki zaliczenia	Na zaliczenie składaj si : 1) kolokwium zaliczeniowe z tre ci prezentowanych na wykładach, wiczeniach oraz we wskazanych fragmentach literatury; kolokwium składa si z pyta testowych i otwartych, 2) realizacja projektu grupowego na temat wybranej strategii rozwoju turystyki.	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategie rozwoju turystyki w regionie, red. B. Meyer, D. Milewski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009. 2. A.S. Kornak, A. Rapacz, Zarz dzenie turystyk i jej podmiotami w miejscowoci i regionie. Wydawnictwo AE im. O. Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001. 3. K. Michałowski, R. Ziłkowski, Zarz dzenie turystyk , Wydawnictwo Politechniki Białostockiej, Białystok 2002. 4. Dokumenty strategiczne wybranych jednostek samorz du terytorialnego. 	
Literatura uzupełniają ca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turystyka, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007. 2. D. Milewski, Regionalne uwarunkowania rozwoju turystyki na przykładzie województwa zachodniopomorskiego, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin 2005. 3. Metody stymulowania rozwoju turystyki w uj ciu przestrzennym, red. G. Gołembski, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Pozna 2002. 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne		18
Przygotowanie si do zaj		13
Studiowanie literatury		16
Udział w konsultacjach		20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		13
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia		10
Inne		2
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		75
Liczba punktów ECTS		3

Organizacja ruchu turystycznego

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Organizacja ruchu turystycznego					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_12	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia stacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 1 Semestr 1			Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne zajęcia terenowe
	Wymiar zajęć	9					3
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr hab. prof. US B. Meyer					
Prowadzący zajęcia		dr hab. prof. US B. Meyer (beata.meyer@wzieu.pl) dr A. Sawińska (agnieszka.sawinska@wzieu.pl), dr A. Gardzińska (anna.gardzinska@wzieu.pl),					
Cel przedmiotu / modułu		Celem zajęć jest zaznajomienie studentów z zagadnieniami związanymi z organizacją ruchu turystycznego i poszerzenie wiedzy z zakresu obsługi ruchu turystycznego					
Wymagania wstępne		Podstawowe wiadomości z zakresu ekonomii, obsługi ruchu turystycznego					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student rozróżni zasady organizacji imprez turystycznych dla różnych form turystyki				K_W03	S2A_W07	
	02 Student ma wiedzę o zmianach zachodzących na rynku turystycznym i ich konsekwencjach dla organizacji ruchu turystycznego				K_W04	S2A_W08	
					K_W09	S2A_W04 S2A_W05 S2A_W06	
Umiejętności	03 Student potrafi dokonać klasyfikacji ruchu turystycznego oraz posiada umiejętność organizacji imprez turystycznych różnego rodzaju.				K_U06	S2A_U03	
					K_U10	S2A_U09 S2A_U06 S2A_U07	
	04 Student analizuje procesy logistyczne zachodzące w turystyce				K_U01 K_U09	S2A_U01 S2A_U07	
Kompetencje społeczne	05 wykazuje kreatywność podczas przygotowywania programów imprez turystycznych zachowując jednocześnie zasady dotyczące bezpieczeństwa projektowanych imprez				K_K04	S2A_K07	
					K_K06	S2A_K03 S2A_K04	
	06 ma wiadomości o znaczeniu turystyki i rekreacji w kształtowaniu właściwych postaw dzieci i młodzieży i uwzględnia cele wychowawcze i poznawcze w przygotowywanych projektach imprez turystycznych				K_K03	S2A_K01 S2A_K05	
TRECI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Ruch turystyczny i czynniki wpływające na jego wielkość						1	
2. Ruch turystyczny w Polsce						1	
3. Etapy organizacji ruchu turystycznego						1	
4. Zasady organizacji pracy w turystyce						1	

5. Organizacja imprezy turystyki kwalifikowanej- zasady	2				
6. Organizacja wyjazdów turystycznych dla dzieci i młodzie y	2				
7. Organizacja wydarze (imprezy masowe, konferencje, kongresy)	2				
8. Logistyka w obsłudze ruchu turystycznego	2				
9. Obsługa gastronomiczna w turystyce- zasady organizacji gastronomii	1				
10. Znaczenie ubezpiecze w organizacji ruchu turystycznego	2				
11. Ruch turystyczny i czynniki wpływaj ce na jego wielko .	1				
Forma zaj – zaj cia terenowe – praca z grup turystyczn	3				
Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • opracowanie projektu 				
Metody weryfikacji efektów kształcenia	<table border="1"> <tr> <td></td> <td>Nr efektu kształcenia z sylabusu</td> </tr> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • praca w grupach • opracowanie projektu indywidualnego </td> <td>01,02,03, 04,06 05</td> </tr> </table>		Nr efektu kształcenia z sylabusu	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • praca w grupach • opracowanie projektu indywidualnego 	01,02,03, 04,06 05
	Nr efektu kształcenia z sylabusu				
<ul style="list-style-type: none"> • egzamin pisemny • praca w grupach • opracowanie projektu indywidualnego 	01,02,03, 04,06 05				
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest zdanie egzaminu przeprowadzonego w formie pisemnej. Do egzaminu mog podej studenci, którzy otrzymali wcze niejsze zaliczenie z wicze . Podstaw zaliczenia wicze jest uczestnictwo w zaj ciach, przygotowanie zadania praktycznego oraz aktywne uczestnictwo w zaj ciach.				
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uwarunkowania aktywno ci turystycznej młodzie y szczeci skich szkół rednich, M. Tamowski Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczeci skiego, Szczecin 2011. 2. Podstawy rekreacji i turystyki, red. S. Toczek-Werner, Akademia Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Wrocław 2005. 				
Literatura uzupełniaj ca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turystyka kwalifikowana, turystyka aktywna, J. Merski, J. Warecka, Almarmer, Wy sza Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2009. 2. Obsługa ruchu turystycznego, red. B. Meyer, PWN, Warszawa 2006. 				
NAKŁAD PRACY STUDENTA:					
	Liczba godzin				
Zaj cia dydaktyczne	12				
Przygotowanie si do zaj	13				
Studiowanie literatury	15				
Udział w konsultacjach	20				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	21				
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia	15				
Egzamin	4				
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100				
Liczba punktów ECTS	4				

Podstawy prawne działalności turystycznej

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Podstawy prawne działalności turystycznej				Kod przedmiotu: 10.9M46AII15_10		
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Prawa Gospodarczego i Ubezpieczeń						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne		Profil kształcenia: A			Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 1 semestr 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9				
Koordynator przedmiotu / modułu		Ambrosiak Dorota dr					
Prowadzący zajęcia		Ambrosiak Dorota dr					
Cel przedmiotu / modułu		Celem tego przedmiotu jest ukazanie problematyki prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorców w turystyce na tle obowiązków natury publicznoprawnej wynikających z zasad ogólnych ustawy o swobodzie działalności gospodarczej i regulacji szczególnych, a także zasad ogólnych prawa cywilnego. Zapoznanie z podstawowymi regulacjami prawnymi z zakresu podejmowania i prowadzenia działalności turystycznej przez biura podróży, zakłady hotelarskie oraz podmioty prowadzące kempingi i pola białkowe, a także przewodników i pilotów.					
Wymagania wstępne		Ogólna wiedza z zakresu prawa cywilnego					
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru		
Wiedza	01 Student zna podstawowe wymogi prawne związane z podejmowaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej w turystyce			K_W08	S2A_W11 S2A_W07		
				K_W10	S2A_W07		
Umiejętności	02 Student potrafi interpretować teksty prawne 03 Student potrafi wskazać stosowne różnice prawa oraz dokonać wyboru odpowiednich przepisów			K_U01	S2A_U01		
				K_U06	S2A_U05		
Kompetencje społeczne	04 Student poznaje intensywny proces licznych zmian legislacyjnych i dostrzega potrzeb uzupełniania wiedzy prawniczej			K_K01	S2A_K01		
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. różnice prawa w turystyce						1	
2. Ochrona konsumenta wynikająca z ogólnych regulacji prawa cywilnego znajdujących zastosowanie w turystyce.						2	
3. Odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umów o usługi turystyczne						3	
4. Obiekty hotelarskie						1	
5. Odpowiedzialność hotelarzy i prowadzących podobne zakłady za rzeczy wniesione						1	
6. Umowa timeshare – ustawa polska oraz regulacje zawarte w dyrektywie UE						1	
Forma zajęć - wiczenia						9	
1. Warunki podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce						3	
2. Umowy o usługi turystyczne						3	

3.Problematyka przewozu osób według prawa krajowego, unijnego i międzynarodowego		3
Metody kształcenia	Wykład: wykład połączony z analiz tekstów prawnych i dyskusji wiczenia: praca z tekstami prawnymi, wypełnianie wniosków, analiza umów, dyskusja	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	Zaliczenie/egzamin pisemny	01,02,03,04
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie/egzamin pisemny, pytania otwarte Ocena końcową z przedmiotu jest ocena za zaliczenia/egzaminu.	
Literatura podstawowa	1. M. Nestorowicz: Prawo turystyczne, Warszawa 2012 2. R. Adamus, Umowa o podróż w prawie polskim, Warszawa 2012	
Literatura uzupełniająca	1. J. Cybula, Usługi turystyczne. Komentarz, Warszawa 2012 2. J. Gospodarek: Prawo turystyczne w zarysie, Warszawa 2008	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		18
Przygotowanie się do zajęć		
Studiowanie literatury		8
Udział w konsultacjach		8
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		15
Inne		1
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		50
Liczba punktów ECTS		2

Produkt turystyczny

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Produkt turystyczny					Kod przedmiotu: 04.4VI46AII18_11	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Zarządzania Turystyką						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: drugiego stopnia studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 1 / semestr: 1			Status przedmiotu: obowiązkowy		Język przedmiotu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	-	9				
Koordynator przedmiotu		dr hab. prof. US Aleksander Panasiuk					
Prowadzący zajęcia		dr Anna Tokarz – Kocik (anna.tokarz@wzieu.pl) dr Katarzyna Orfin (katarzyna.orfin@wzieu.pl)					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie istoty produktu turystycznego rozumianego jako usługa lub obszar oraz etapów jego konstruowania					
Wymagania wstępne		Brak.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student definiuje pojęcia związane z produktem turystycznym, jego istotę, znaczeniem, celem, funkcjami				K_W01	S2A_W01	
Umiejętności	02 Student interpretuje funkcjonowanie produktów turystycznych w kategoriach potrzeb turystów				K_U01	S2A_U01 S2A_U02	
	03 Student wykazuje umiejętności tworzenia koncepcji produktów turystycznych zgodnych z zapotrzebowaniem na rynku turystycznym				K_U08	S2A_U03 S2A_U07	
Kompetencje społeczne	04 Student wykazuje się aktywnością i kreatywnością w podejmowaniu zadań zespołowych				K_K08	S2A_K02	
					K_K04	S2A_K02 S2A_K07	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
wiczenia						9	
1. Kompleks potrzeb turystycznych						1	
2. Istota produktu turystycznego i jego cechy						1	
3. Rodzaje produktów turystycznych						1	
4. Struktura marketingowa produktu						1	
5. Cena i dystrybucja produktów turystycznych						1	
6. Cykl życia produktu turystycznego						2	
7. Markowy produkt turystyczny						2	
Forma zajęć - zajęcia terenowe		<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • opracowanie projektu 					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium • projekt grupowy 				01, 02, 03 03, 04	
Forma i warunki zaliczenia		<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne (test z pytaniami otwartymi) obejmujący wiedzę z wiczeń • przygotowanie i prezentacja własnego projektu 					
Literatura podstawowa		1. Marketing w turystyce i rekreacji. Red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2013					

	2. A. Pawlicz, Promocja produktu turystycznego. Turystyka miejska, Difin, Warszawa 2008
	3. J. Altkorn: Marketing w turystyce. PWN, Warszawa 1994.
Literatura uzupełniająca	1. J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk: Produkt turystyczny albo jak organizować poznanie świata. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2000
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Przygotowanie się do zajęć	5
Studiowanie literatury	10
Udział w konsultacjach	12
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	6
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	8
Inne	
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Protokół dyplomatyczny w biznesie turystycznym

8	Nazwa przedmiotu: Protokół dyplomatyczny w biznesie turystycznym		Kod przedmiotu: 04.4VI46AI18_18				
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: studia drugiego stopnia studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 / semestr: 3			Status przedmiotu: obowiązkowy		Język przedmiotu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
Wymiar zajęć		9					
Koordynator przedmiotu		Sidorkiewicz Marta, dr					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zdobycie teoretycznej wiedzy oraz praktycznych umiejętności w zakresie protokołu dyplomatycznego w kontekście prowadzenia biznesu turystycznego. Szczególnie podkreślona zostanie zachowania się podczas spotkania roboczego oraz słuchowych przyjęć i uroczystości.					
Wymagania wstępne		Podstawowa wiedza ogólna.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru		
Wiedza	01 Student potrafi omówić główne zasady z zakresu protokołu dyplomatycznego (w tym <i>savoir-vivre</i>).			K_W02	S2A_W02		
	02 Student ma podstawową wiedzę na temat zachowania się podczas spotkania roboczego oraz słuchowych przyjęć i uroczystości.			K_W03	S2A_W03 S2A_W05		
Umiejętności	03 Student jest przygotowany do samodzielnego rozwiązywania problemów dotyczących etykiety towarzysko-zawodowej.			K_U06	S2A_U05		
Kompetencje społeczne	04 Podczas dyskusji problemowej na zajęciach wiczeniowych student potrafi zachować otwartość na poglądy pozostałych uczestników dyskusji.			K_K04	S2A_K02		
	05 Student jest przygotowany do uczestnictwa w pracy zespołowej.						
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin		
wiczenia					9		
1. Propedeutyka protokołu dyplomatycznego.					2		
2. Główne zasady protokołu dyplomatycznego.					1		
3. Podstawy <i>savoir-vivre</i> .					2		
4. Zasady ubierania się, czyli <i>dress code</i> .					1		
5. Zachowanie się przy stole					2		
6. Przyjęcia i uroczystości (spotkania robocze).					1		
Metody kształcenia		<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach 					
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu		

	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium • dyskusja problemowa 	01, 02, 03, 04, 05
Forma i warunki zaliczenia	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne (forma testowo-opisowa) obejmuj ce wiedz z wicze . <p>Ocen ko cow z przedmiotu jest ocena z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa	A. W. Bortnowski, <i>Współczesny protokół dyplomatyczny, savoir-vivre i ceremoniał w praktyce</i> , Toru 2010	
Literatura uzupełniają ca	E. Pietkiewicz, <i>Savoir-vivre dla ka dego</i> , Warszawa 1997.	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne		9
Przygotowanie si do zaj		16
Studiowanie literatury		11
Udział w konsultacjach		10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		9
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia		18
Inne		2
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.		75
Liczba punktów ECTS		2

Przedmiot do wyboru w j zyku angielskim lub niemieckim

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Przedmiot do wyboru w j zyku angielskim lub niemieckim		Kod przedmiotu: 04.9.VI.48.A.I.00._28				
	Nazwa jednostki prowadz cej przedmiot: Wydział Zarz dzania i Ekonomiki Usług, Katedra Zarz dzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: studia drugiego stopnia studia stacjonarne		Profil kształcenia: A		Specjalno : Biznes turystyczny		
	Rok 2 / semestr: 3/4		Status przedmiotu: obowi zkowy		J zyk przedmiotu: polski		
	Forma zaj	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisa jakie)
	Wymiar zaj	24					
Koordynator przedmiotu							
Prowadz cy zaj cia		wg przydziału czynno ci					
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest rozwój wiedzy i umiej tno ci z zakresu szeroko rozumianej ekonomii i zarz dzania.					
Wymagania wst pne		brak					
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru		
Wiedza	01 Student zna specjalistyczn terminologi z zakresu szeroko gospodarki turystycznej			K_W01	S1A_W01		
Umiej tno ci	02 Student przedstawia swój punkt widzenia oraz argumentuje u ywaj c słownictwa specjalistycznego.			K_U12	S1A_U09 S1A_U10		
Kompetencje społeczne	03 Ma wiadomo znaczenia turystyki i rekreacji w rozwoju społeczno-gospodarczym jednostek samorz du terytorialnego.			K_K03	S1A_K04		
TRE CI PROGRAMOWE					Liczba godzin		
Wykład					24		
1. Zaj cia odnosz ce si do studiowanego kierunku doskonal ce kompetencje z zakresu szerokiej rozumianej ekonomii					24		
Metody kształcenia	Wykład problemowy, prezentacje multimedialne, case study.						
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusa		
	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium • weryfikacja przez obserwacj (aktywno) 				01, 02, 03, 01, 02, 03,		
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wykładów na podstawie pisemnego kolokwium z wiedzy i umiej tno ci studenta. Uwzgl dniona zostanie równie aktywno studenta wykazywana w toku prowadzenia zaj . Ocen ko ców jest ocena z zaliczenia wykładów.						
Literatura podstawowa	Zgodna z tematyk przedmiotu do wyboru uruchamianego w danym semestrze.						
Literatura uzupełniają ca							
NAKLAD PRACY STUDENTA:							
					Liczba godzin		

Zajęcia dydaktyczne	24
Przygotowanie się do zajęć	4
Studiowanie literatury	10
Udział w konsultacjach	6
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	6
Inne	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Przewozy turystyczne

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Przewozy turystyczne					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_19	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 Semestr 4			Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie) zajęcia terenowe
	Wymiar zajęć		6				3
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr hab. prof. US A. Panasiuk					
Prowadzący zajęcia		Mgr Aneta Wolna-Samulak					
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów ze znaczeniem przewozów turystycznych w obsłudze ruchu turystycznego, a także ze specyfiką poszczególnych gałęzi transportu w zakresie możliwości ich wykorzystania w turystyce.					
Wymagania wstępne		Znajomość podstawowych zagadnień związanych z funkcjonowaniem rynku i podstawowej terminologii turystycznej.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 student ma rozszerzoną wiedzę o możliwości wykorzystywania w turystyce różnych rodzajów transportu			K_W03	S2A_W03		
Umiejętności	02 student potrafi dokonać analizy i oceny zjawisk na rynku usług przewozowych w turystyce			K_U01	S2A_U03		
	03 student potrafi ocenić przydatność poszczególnych rodzajów transportu do wybranych rodzajów i form turystyki, segmentu ruchu turystycznego itp.			K_U06 K_U09	S2A_U07 S2A_U06		
Kompetencje społeczne	04 jest wrażliwy na znaczenie obiektywizmu w analizie i ocenie zjawisk związanych z transportem i turystyką			K_K07	S2A_K07		
	05 wykazuje kreatywność i samodzielność w ocenie zjawisk wpływających na rynek usług przewozowych w turystyce			K_K07			
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wiczenia						6	
1. Podstawowa terminologia związana z przewozami turystycznymi						1	
2. Relacje między turystyką a transportem						1	
3. Przewozy turystyczne w transporcie drogowym (studia przypadków)						1	
4. Przewozy turystyczne w transporcie kolejowym (studia przypadków)						1	
5. Przewozy turystyczne w transporcie lotniczym (studia przypadków)						1	
6. Przewozy turystyczne w transporcie morskim (studia przypadków)						1	
Forma zajęć – zajęcia terenowe						3	
Wizyta studyjna w przedsiębiorstwie transportowym						3	
Metody kształcenia		<ul style="list-style-type: none"> prezentacje multimedialne praca w grupach casey 					
Metody weryfikacji efektów kształcenia		<ul style="list-style-type: none"> kolokwium projekt 			Nr efektu kształcenia z sylabusu 01,02,03 04,05,06		
Forma i warunki zaliczenia		Na zaliczenie składają się: 1) kolokwium zaliczeniowe z treści prezentowanych na wiczeniach oraz					

	we wskazanych fragmentach literatury; kolokwium składa się z pytań testowych i otwartych, 2) realizacja projektu grupowego na temat funkcjonowania przewozów turystycznych w wybranym państwie.
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turystyka, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, roz. 5.4. 2. Gospodarka turystyczna, red. A. Panasiuk, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008, roz. 3.
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mikulski M., <i>Transport w obsłudze ruchu turystycznego</i>, AE w Krakowie, Kraków 1991. 2. <i>Obsługa ruchu turystycznego</i>, red. B. Meyer, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006, roz. 9. 3. J. Miotke-Dzigieł, <i>Turystyka morska</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2002. 4. Transport jako składnik produktu turystycznego, red. M. Turek, Europejska Szkoła Hotelarstwa, Turystyki i Przedsiębiorczości Szkoła Wyższa w Sopocie, Sopot 2009 5. Turystyka w ujęciu interdyscyplinarnym, red. J. Wyrzykowski, J. Marak, Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, Wrocław 2010.
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Przygotowanie się do zajęć	8
Studiowanie literatury	10
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	6
Inne	2
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Spoleczno-kulturowe aspekty turystyki

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Spoleczne - kulturowe aspekty turystyki				Kod przedmiotu: 14.9VI46AII04_21		
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Ekonomiki i Organizacji Telekomunikacji						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne		Profil kształcenia: A			Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 semestr: 4		Status przedmiotu / modułu: Obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9					
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr hab. prof. US A. Panasiuk					
Prowadzący zajęcia		dr Maciej Czaplewski (maciej.czaplewski@wzieu.pl)					
Cel przedmiotu / modułu		Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami społeczno-kulturowych procesów związanych z aspektami turystycznymi					
Wymagania wstępne		Podstawowa wiedza z zakresu socjologii i turystyki					
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 identyfikuje podstawowe elementy różnic kulturowych i społecznych na wycieczce oraz			K_W03		S2A_W02 S2A_W03 S2A_W07	
	02 wyjaśnia zagadnienia związane z miejscem turystyki w rozwoju lokalnym			K_W07		S2A_W02 S2A_W03	
Umiejętności	03 analizuje zmiany społeczno-kulturowe zachodzące na wycieczce pod wpływem rozwoju turystyki.			K_U02		S2A_U03	
				K_U01		S2A_U01 S2A_U03	
Kompetencje społeczne	04 dyskutuje na temat pozytywnych jak i negatywnych aspektów turystyki w wybranych regionach świata.			K_K07		S2A_K06	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Różnice kulturowe i społeczne na wycieczce						3	
2. Miejsce turystyki w rozwoju lokalnym						3	
3. Zmiany społeczno-kulturowe zachodzące na wycieczce						3	
Suma						9	
Metody kształcenia		Wykłady przy pomocy prezentacji multimedialnych i analiza przypadków z dyskusją					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		egzamin pisemny				01,02,03,04	
Forma i warunki zaliczenia		egzamin pisemny					
Literatura podstawowa		Spoleczno - ci lokalne a turystyka: aspekty społeczne, kulturowe, ekonomiczne / red. nauk. Ludwik Mazurkiewicz, Andrzej Kowalczyk . - Warszawa : Wydawnictwo AWF , 2008 . - 284 s. : il. ; 24 cm . - Studia i Monografie / Akademia Wychowania Fizycznego [im.] Józefa Piłsudskiego w Warszawie ; nr 128 . - ISBN 978-83-89630-73-5 . - Sygn. 10318					

Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. A. Giddens, Socjologia, PWN, Warszawa 2004; 2. K. Głębicka, Polityka społeczna w UE, Elipsa, Warszawa 2001; 3. F. Gołembski, Kulturowe aspekty integracji europejskiej, Wyd. Akademickie i profesjonalne, Warszawa 2008;
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Przygotowanie się do zajęć	17
Studiowanie literatury	18
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	19
Inne	2
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Strategie rynkowe w turystyce

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Strategie rynkowe w turystyce					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_16	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania I Ekonomiki Usług, Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 semestr 3			Status przedmiotu/modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		9				
Koordynator przedmiotu / modułu		dr hab. prof. US Aleksander Panasiuk					
Prowadzący zajęcia		dr hab. Prof. US Aleksander Panasiuk aleksander.panasiuk@wzieu.pl dr Adam Pawlicz adam.pawlicz@wzieu.pl					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest zapoznanie z zagadnieniami dotyczącymi budowy strategii rynkowych w turystyce w Polsce i na świecie.					
Wymagania wstępne		Podstawowe wiadomości z zakresu ekonomii, zarządzania, ekonomiki turystyki					
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru		
Wiedza	01. definiuje pojęcie strategii w odniesieniu do regionu turystycznego i przedsiębiorstwa turystycznego			K_W03	S2A_W03		
	02. ma podstawową wiedzę na temat kształtowania strategii rozwoju turystyki			K_W06	S2A_W06 S2A_W11		
Umiejętności	03. jest przygotowany do samodzielnego rozwiązywania problemów związanych z budową strategii rozwoju turystyki			K_U05	S2A_U03 S2A_U04		
	04. umie krytycznie ocenić istniejące strategie rozwoju turystyki			K_U08	S2A_U09		
Kompetencje społeczne	05. Podczas dyskusji problemowej na zajęciach wiczeniowych student potrafi zachować otwartość na poglądy pozostałych uczestników dyskusji			K_K07	S2A_K04		
	06. Angażuje się w pracę zespołową			K_K03 K_K04	S2A_K02 S2A_K02		
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wiczenia						9	
1. Wprowadzenie teoretyczne do strategii rynku turystycznego						1	
2. Współpraca przedsiębiorstw z jednostkami administracji samorządowej w zakresie budowy strategii rozwoju turystyki (case study)						2	
3. Partnerzy w procesie budowy strategii rozwoju turystyki (case study)						2	
4. Równowagony rozwój jako element strategii rynku turystycznego (case study). Ekocertyfikaty.						1	
5. Etapy procesu budowy strategii rynku turystycznego (praca w grupach)						1	
6. Prezentacje strategii rozwoju turystyki przygotowane przez studentów						2	
Metody kształcenia		Prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusji, praca w grupach					
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu		
		Kolokwium Analiza tekstów z dyskusji			01,02,03, 04,05,06		
Forma i warunki zaliczenia		zaliczenie pisemne, Analiza tekstów z dyskusji					
Literatura podstawowa		1. Strategie rozwoju turystyki, red. B. Meyer, D. Milewski, PWN, Warszawa 2009 2. M. Florek, Podstawy marketingu terytorialnego, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2006					
Literatura uzupełniająca		1. Ekonomika turystyki i rekreacji, red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2011 2. Marketing usług turystycznych, red. A. Panasiuk, PWN, Warszawa 2008					
NAKŁAD PRACY STUDENTA:							

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Przygotowanie się do zajęć	15
Studiowanie literatury	19
Udział w konsultacjach	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	10
Inne	2
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Turoperatorstwo

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Turoperatorstwo					Kod przedmiotu: 04.4V146AI18_17	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok / semestr: rok 2 , semestr 3			Status przedmiotu / modułu: Obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć		6				3
Koordynator przedmiotu / modułu		dr hab. prof. US Aleksander Panasiuk					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami funkcjonowania działalności podmiotów organizacji imprez turystycznych; wskazanie wymogów prawnych działalności turoperatorskiej; przedstawienie tendencji rozwojowych europejskiego oraz polskiego rynku organizatorów turystyki.					
Wymagania wstępne		Wiedza z zakresu ekonomiki turystyki, obsługi ruchu turystycznego, organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym. Wymaga się także znajomości aktów prawnych kształtujących funkcjonowanie podmiotów turystycznych w Polsce.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru	
	01	student zna wymogi prawne dotyczące działalności turoperatorskiej w UE oraz Polsce		K_W03		S2A_W07	
				K_W10		S2A_W07 S2A_W11	
	02	student charakteryzuje przesłanki zapotrzebowania na działalność przedsiębiorstwa i organizacji,		K_W02		S2A_W07 S2A_W11	
				K_W08		S2A_W07	
				K_W09		S2A_W04	
Umieć	03	student potrafi zidentyfikować obszary oraz zakres działalności podmiotów przedsiębiorstwa i organizacji w Polsce,		K_U01		S2A_U01	
	04	student ocenia sytuację rynków przedsiębiorstwa i organizacji w turystyce, jak również potrafi samodzielnie utworzyć i prowadzić działalność związaną z organizacją imprez turystycznych,		K_U06		S2A_U05 S2A_U07	
Kompetencje społeczne	05	student wykazuje się samodzielnie i kreatywnie w tworzeniu podstaw działalności gospodarczej organizatorów turystyki; przestrzega obowiązujących norm prawnych i wynikających z nich poszanowania dla praw konsumenta imprez turystycznych.		K_K02		S2A_K04	
				K_K04		S2A_K07	
				K_K08		S2A_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wiczenia						6	
1. Wymogi prawne działalności turoperatorskiej w UE oraz w Polsce, wzorce umowne						2	
2. Przesłanki zapotrzebowania na działalność turoperatorów						1	
3. Trendy na rynku turoperatorskim						1	
4. Orientacja marketingowa turoperatorów						1	
5. Turoperatorzy w Polsce i na świecie						1	

Forma zaj – zaj cia terenowe		3
1. Wizyta w biurze podró y		3
Metody ksztalcenia	Prezentacja multimedialna (prowadz cy), case-study, praca w grupach	
Metody weryfikacji efektów ksztalcenia	<ul style="list-style-type: none"> • test sprawdzaj cy wiedz z przedmiotu; • wiczenia praktyczne z zakładania działalno ci turoperatorskiej w Polsce; • wiczenie z analizy wzorców umownych stosowanych przez organizatorów turystyki w Polsce. 	Nr efektu ksztalcenia z sylabusa 01, 03, 04 02 05
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne w formie testu oraz oceniane 2 wiczenia praktyczne.	
Literatura podstawowa	1. A. Konieczna-Doma ska: Biura podró y na rynku turystycznym, PWN, Warszawa 2008,	
Literatura uzupełniają ca	1. P. Yale: Działalno touperatorska, Wiedza i ycie, Warszawa 2001, 2. A.S. Komak: Ekonomia i organizacja biur podró y, Wy sza Szkoła Hotelarstwa i Turystyki, Cz stochowa 2003.	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zaj cia dydaktyczne	9	
Przygotowanie si do zaj	13	
Studiowanie literatury	11	
Udział w konsultacjach	10	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20	
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia	10	
Inne	2	
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Turystyka biznesowa

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Turystyka biznesowa				Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_26		
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: studia drugiego stopnia studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność : Biznes turystyczny	
	Rok 2 / semestr: 3			Status przedmiotu/modułu: do wyboru		Język przedmiotu/modułu: polski	
	Forma zajęć	wykłady	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (zajęcia terenowe)
	Wymiar zajęć	9	6				3
Koordynator przedmiotu		dr Marta Sidorkiewicz					
Prowadzący zajęcia							
Cel przedmiotu / modułu		Przedmiot ma na celu zapoznanie studentów z teoretycznymi aspektami turystyki biznesowej, a w szczególności z takimi formami turystyki biznesowej jak turystyka konferencyjna i kongresowa, turystyka motywacyjna i korporacyjna oraz przemysł wystawienniczy. Ponadto na zajęciach zostanie omówiona popytowa i podańowa strona rynku turystyki biznesowej.					
Wymagania wstępne		Podstawowe wiadomości z zakresu ekonomii, zarządzania i turystyki.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student potrafi zdefiniować główne formy turystyki biznesowej.			K_W03		S2A_W02 S2A_W03	
	02 Student podstawową wiedzę na temat branży MICE.			K_W09		S2A_W04	
Umiejętności	03 Student jest przygotowany do samodzielnego rozwiązywania problemów branżowych.			K_U06		S2A_U07	
	04 Student umie posługiwać się językiem branżowym.			K_U07		S2A_U10	
Kompetencje społeczne	05 Podczas dyskusji problemowej na zajęciach wiczeniowych student wyraża opinie i obiektywnie ocenia kierunki rozwoju turystyki biznesowej			K_K07		S2A_K04 S2A_K07	
	06 Student jest przygotowany do uczestnictwa w pracy zespołowej.			K_K04		S2A_K07 S2A_K05	
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Wykłady						9	
1. Propedeutyka turystyki biznesowej						2	
2. Turystyka konferencyjno-kongresowa						3	
3. Turystyka motywacyjna						2	
4. Przemysł wystawienniczy						2	
wiczenia						6	
1. Identyfikacja usług wybranych produktów turystyki biznesowej. Ujęcie marketingowe						2	
2. Metodologia <i>meeting planning</i> w kreacji i realizacji biznesowych imprez zbiorowych						2	
3. Patronaty nad imprezami						2	
Zajęcia terenowe						3	
1. Wizyta studyjna na konferencji lub targach branżowych.						3	

Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • wizyta studyjna 	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium • projekt • udział w wizycie studyjnej 	01, 02, 03, 04 05, 06 03, 04, 05, 06
Forma i warunki zaliczenia	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne (forma testowo-opisowa) obejmuj ce wiedz z wicze i wykładów, • udział w wizycie studyjnej. <p>Ocen ko cow z przedmiotu jest ocena z zaliczenia</p>	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. M. Sidorkiewicz, Turystyka biznesowa, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2011 2. K. Celuch, Przemysł spotka . Wiedza, produkt, motywacja, Warszawa 2015. 	
Literatura uzupełniają ca	<ol style="list-style-type: none"> 1. R. Davidson, B. Cope, Turystyka biznesowa. Konferencje, podró e motywacyjne, wystawy, turystyka korporacyjna, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2003 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zaj cia dydaktyczne	18	
Przygotowanie si do zaj	20	
Studiowanie literatury	20	
Udział w konsultacjach	20	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia	10	
Inne	2	
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

Turystyka zdrowotna

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Turystyka zdrowotna					Kod przedmiotu: 04.4V146AII18_26	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia stacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 Semestr 3			Status przedmiotu / modułu: do wyboru		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9				
Koordynator przedmiotu / modułu		Dr Agnieszka Sawińska					
Prowadzący zajęcia		dr A. Sawińska (agnieszka.sawinska@wzieu.pl),					
Cel przedmiotu / modułu		Celem procesu dydaktycznego jest przedstawienie miejsca turystyki zdrowotnej w systemie podaży usług turystycznych w Polsce i na świecie oraz poznanie zagadnień dotyczących funkcjonowania polskich uzdrowisk.					
Wymagania wstępne		Znajomość podstawowej terminologii turystycznej.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student potrafi zdefiniować istotę turystyki zdrowotnej 02 Student wyjaśnia różnicę między turystyką zdrowotną a uzdrowiskową				K_W01	S2A_W01	
	03 student identyfikuje podmioty rynku turystyki zdrowotnej w Polsce i na świecie				K_W03	S2A_W09 S2A_W02	
Umiejętności	04 Student posiada umiejętność analizowania informacji dotyczących uzdrowisk w Polsce				K_U01	S2A_U03	
	05 student dyskutuje na temat specyfiki funkcjonowania uzdrowisk na konkurencyjnym rynku				K_U08	S2A_U10 S2A_U03	
Kompetencje społeczne	06 student pracuje w zespole nad projektem dotyczącym wybranego uzdrowiska				K_K04	S2A_K02	
	07 student jest zorientowany na aspekty społeczne wynikające z rozwoju turystyki zdrowotnej				K_K03	S2A_K03 S2A_K05	
TRECI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Podstawowe pojęcia i funkcje turystyki zdrowotnej						1	
2. Nowe trendy na rynku turystycznym w zakresie turystyki zdrowotnej						2	
3. Podstawowe produkty turystyki zdrowotnej i (w tym uzdrowiskowej)						1	
4. Podaż i popyt na rynku turystyki zdrowotnej oraz warunki prawne i finansowe rozwoju i funkcjonowania uzdrowisk polskich						1	
5. Spa i Wellness						3	
6. Uzdrowiskowe stowarzyszenia i organizacje samorządowe w Polsce						1	
Forma zajęć – wiczenia						9	
1. Miejsowości uzdrowiskowe w Polsce – status prawny i potencjał naturalny zasobów leczniczo-uzdrowiskowych, główne problemy rozwoju turystyki zdrowotnej i uzdrowisk						1	
2. Charakterystyka uzdrowisk w Polsce						4	
3. Charakterystyka europejskich kurortów						2	
4. Hotele SPA i Wellness w Polsce						2	

Metody kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • opracowanie projektu 	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium • praca w grupach • opracowanie projektu indywidualnego 	01,02,03, 04, 05 05,06,07 04,06
Forma i warunki zaliczenia	Podstaw zaliczenia przedmiotu jest aktywne uczestnictwo w zajęciach, uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium obejmującej zakres materiału z wykładów i ćwiczeń oraz przedstawienie przygotowanej prezentacji.	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lewandowska A., Turystyka uzdrowskowa-materiały do studiowania, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2007. 2. J. Rab-Przybyłowicz, Produkt turystyki medycznej, Difin, Warszawa 2014 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Turystyka uzdrowskowa. Stan i perspektywy, red. M. Boruszczak, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Gdańsk 2009. 2. Turystyka, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007. 3. Biuletyn Informacyjny Stowarzyszenia Gmin Uzdrowskowych RP „Jedziemy do wód w...”. 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		18
Przygotowanie się do zajęć		20
Studiowanie literatury		20
Udział w konsultacjach		20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		10
Inne		2
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100
Liczba punktów ECTS		4

Zarządzanie kadrami w turystyce

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Zarządzanie kadrami w turystyce					Kod przedmiotu: 04.5VI46AII18_22		
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/Katedra Zarządzania Turystyk							
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja							
	Forma studiów: studia drugiego stopnia, studia niestacjonarne				Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 / semestr 4				Status przedmiotu: obowiązkowy		Język przedmiotu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)	
	Wymiar zajęć	12						
Koordynator przedmiotu								
Prowadzący zajęcia								
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest przedstawienie istoty, głównych zasad i narzędzi zarządzania kadrami w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych.						
Wymagania wstępne		Podstawowe wiadomości z zakresu zarządzania i funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych						
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student wymienia i opisuje poszczególne instrumenty polityki kadrowej				K_W02		S2A_W05 S2A_W07	
Umiejętności	02 Student projektuje przebieg rozmowy rekrutacyjnej				K_U07		S2A_U10	
	03 Student potrafi dokonać oceny skuteczności instrumentów polityki personalnej wykorzystywanych w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych				K_U05		S2A_U03 S2A_U08	
Kompetencje społeczne	04 Podczas dyskusji problemowej student proponuje rozwiązania sytuacji konfliktowych wśród pracowników przedsiębiorstw				K_K05		S2A_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE							Liczba godzin	
Forma zajęć – wykłady							12	
1. Istota i cele zarządzania kadrami w turystyce i rekreacji							1	
2. Modele polityki personalnej – model sita, model kapitału ludzkiego i model mieszany							1	
3. Praca jako czynnik produkcji w sektorze turystycznym i rekreacyjnym							1	
4. Style kierowania							1	
5. Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa							1	
6. Rekrutacja i selekcja do pracy w branży turystycznej- wymagania, opisy stanowisk, techniki rekrutacji i selekcji							1	
7. Motywowanie pracowników- teorie motywacji i narzędzia motywowania							2	
8. Rozwój pracowników- metody szkolenia i doskonalenia zawodowego							2	
9. Ocena pracowników – metody i funkcje oceny							2	
Metody kształcenia		<ul style="list-style-type: none"> • prezentacje multimedialne • praca w grupach • opracowanie projektu 						
Metody weryfikacji efektów kształcenia							Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		<ul style="list-style-type: none"> • pisemny egzamin wiedzy z wykładu (test) • kolokwium • projekt grupowy i indywidualny 					01, 01, 02, 03, 04	
Forma i warunki zaliczenia		<ul style="list-style-type: none"> • pisemny egzamin (test) obejmujący wiedzę z wykładów 						

	<ul style="list-style-type: none"> • kolokwium pisemne (pytania otwarte) obejmuj ce wiedz z wicze • przygotowanie i prezentacja własnego projektu
Literatura podstawowa	1. A. Tokarz: Zarz dzenie zasobami ludzkimi w sektorze turystycznym, Difin, Warszawa 2008.
Literatura uzupełniają ca	Czasopisma: <ul style="list-style-type: none"> • Doradca Hotelarza, • Hotelarz, • wiat Hoteli, • Personel
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne	12
Przygotowanie si do zaj	17
Studiowanie literatury	22
Udział w konsultacjach	20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	12
Przygotowanie si do egzaminu / zaliczenia	15
Egzamin	2
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4

Zarządzanie projektami w turystyce

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Zarządzanie projektami w turystyce					Kod przedmiotu: 04.OVI46AII02_23	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług/ Katedra Efektywności i Innowacji						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: studia drugiego stopnia studia niestacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok / semestr: rok 2, semestr 4			Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9				
Koordynator przedmiotu / modułu		dr hab. prof. US Piotr Niedzielski, dr Rafał Szymański					
Prowadzący zajęcia		Wykłady: dr Rafał Szymański (rafal.szymanski@wzieu.pl) wiczenia: dr Joanna Rzempala (joanna.rzempala@wzieu.pl), mgr Michał Zdanowski (michal.zdanowski@wzieu.pl), dr Monika Tomczyk (monika.tomczyk@wzieu.pl)					
Cel przedmiotu / modułu		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami planowania i zarządzania projektami turystycznymi, w tym przekazanie wiedzy w zakresie roli projektów w funkcjonowaniu nowoczesnych usług turystycznych.					
Wymagania wstępne		Znajomość podstaw rynku turystycznego.					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 Student definiuje pojęcie „projekt turystyczny” i potrafi wymieni jego charakterystyczne cechy;				K_W02	S2A_W11 S2A_W07	
	02 Student zna zasady zarządzania projektami turystycznymi						
Umiejętności	03 Student proponuje i wybiera sposób zarządzania konkretnym projektem turystycznym				K_U06	S2A_U03 S2A_U05 S2A_U07	
	04 Student potrafi zaplanować projekt turystyczny						
Kompetencje społeczne	05 student aktywnie uczestniczy w pracy w grupach				K_K08	S1A_K02	
	06 Student jest zorientowany na właściwą komunikację, zarówno ze specjalistami w danej dziedzinie, jak i z osobami, które nie są specjalistami						
	07 student potrafi określić priorytety skutecznego realizacji postawionego przed nim zadania						
TREŚCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Istota i cechy projektu turystycznego						1	
2. Zasady planowania projektu turystycznego (cele projektu, zakres projektu, stawiane przed projektem wymagania ilościowe i jakościowe) oraz możliwości wsparcia jego realizacji ze środków zewnętrznych						5	
3. Metodyki Zarządzania Projektami						2	
4. Monitoring i zamykanie projektów turystycznych.						1	
Forma zajęć – wiczenia						9	
1. Projekty strategiczne kontra projekty zwinne – omówienie metodyki zarządzania projektami						1	
2. Zarządzanie zasobami w projekcie turystycznym						1	
3. Tworzenie i zarządzanie zespołem projektowym						2	
4. Techniki i narzędzia do planowania projektów turystycznych						2	
5. Zarządzanie jakością i ryzykiem w projektach turystycznych						1	
6. Studia przypadków oraz najlepsze praktyki z realizacji projektów turystycznych						2	
Metody podaje (wykład informacyjny, prelekcja), metody problemowe (wykład problemowy oraz							

Metody kształcenia	metody aktywizujące: studium przypadków, analiza tekstów, gry symulacyjne, praca w grupie, burza mózgów).	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	wiczenia: Zaliczenie pisemne – zadania problemowe rozwiązywane w zespołach, test z pytaniami zamkniętymi. Wykłady: Egzamin pisemny w formie testu.	01,02,03,04,05,06,07
Forma i warunki zaliczenia	Podstaw uzyskania zaliczenia z wiczeń jest uczestnictwo i rozwiązanie zadania problemowego w zespole oraz zaliczenie pisemne (test wyboru z pytaniami zamkniętymi). Po uzyskaniu pozytywnej oceny z zaliczenia student może przystąpić do egzaminu pisemnego w formie testu obejmującego wiedzę z wykładów oraz zalecanej literatury. Egzamin odbywa się według harmonogramu sesji z Dziekanatu dla danych grup studenckich; terminarz egzaminów znany studentom 1 miesiąc przed wyznaczoną datą.	
Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trocki M., Grucza B., Ogonek K., Zarządzanie projektami, PWE Warszawa 2003 2. Chróścicki Z., Zarządzanie projektem – zespołami zadaniowymi, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2001 3. M. Pawlak, Zarządzanie projektami, PWN, Warszawa 2006 	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Project Management PMBOK, Body of Knowledge, Praca zbiorowa, 2008 2. S. Berkun, Sztuka zarządzania projektami, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006 3. S. E. Portny, Zarządzanie projektami dla bystrzaków, [tł. Cezary Welsyng], Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013 4. A. Tomaszewski, Problemy i metody w zarządzaniu organizacjami czyli jak sprawnie zarządza współczesnymi organizacjami, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2013 	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
		Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne		18
Przygotowanie się do zajęć		16
Studiowanie literatury		21
Udział w konsultacjach		25
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia		22
Inne		2
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		100
Liczba punktów ECTS		4

Zarządzanie relacjami z klientem

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa przedmiotu: Zarządzanie relacjami z klientem					Kod przedmiotu: 04.7VI46AII11_26	
	Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług						
	Nazwa kierunku: Turystyka i Rekreacja						
	Forma studiów: Studia drugiego stopnia Studia stacjonarne			Profil kształcenia: A		Specjalność: Biznes turystyczny	
	Rok 2 semestr: 4			Status przedmiotu / modułu: do wyboru		Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	wiczenia	wiczenia laboratoryjne	konwersatorium	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć	9	9				
Koordynator przedmiotu / modułu		dr Joanna Hołub					
Prowadzący zajęcia		Józef Perenc jozef.perenc@wzieu.pl, Joanna Hołub joanna.holub@wzieu.pl, Magdalena Małachowska magdalena.malachowska@wzieu.pl, Leszek Gracj leszek.gracj@wzieu.pl					
Cel przedmiotu / modułu		Podstawowym zadaniem marketingu jest zdobycie i utrzymanie klienta w firmie. Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z filozofią i narzędziami CRM. CRM jest do nowym pojęciem w polskich firmach, ale ze względu na swoje znaczenie robi duży karierę. Wiele firm dąży do budowania dobrych programów lojalności klientów					
Wymagania wstępne		Znajomość podstawy marketingu					
EFEKTY KSZTAŁCENIA					Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	01 rozróżnia podstawowe pojęcia i funkcje działania marketingu partnerskiego od klasycznych działań marketingowych				K_W02	S1A_W07	
	02 potrafi zanalizować koszty i określić potencjał klientów				K_W06	S1A_W06	
Umiejętności	03 potrafi przełożyć zdobytą wiedzę teoretyczną dotyczącą sposobów zarządzania relacjami z klientem na praktyczny wymiar				K_U09	S1A_U06 S1A_U08	
Kompetencje społeczne	04 student akceptuje konieczność budowania relacji dla osiągnięcia długofalowych korzyści				K_K02	S1A_K04	
TREŃCI PROGRAMOWE						Liczba godzin	
Forma zajęć – wykład						9	
1. Istota i znaczenie marketingu partnerskiego						1	
2. Od marketingu partnerskiego do CRM						1	
3. Analiza aktywnych klientów.						2	
4. Rachunek ekonomiczny. Analiza kosztów pozyskania i utraty klientów						2	
5. Projektowanie programów lojalnościowych						3	
Forma zajęć - wiczenia						9	
1. Typologia klientów i przewidywanie ich zachowań						2	
2. Program wdrażania CRM						2	
3. Narzędzia CRM						2	
4. Automatyzacja pracy personelu działów sprzedaży						2	
5. Case study na wybranych przypadkach firm						1	
Metody kształcenia		prezentacja multimedialna, case study, rozwiązywanie zadań problemowych, praca w grupach					
Metody weryfikacji efektów kształcenia						Nr efektu kształcenia z sylabusu	
		Zaliczenie pisemne				01-02	
		Zaliczenie ustne				03-04	
		Praca na zajęciach				03-04	

Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne Zaliczenie ustne
Literatura podstawowa	1. Flejterska E., Gracz L., Rosa G., Smalec A. Marketing partnerski, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008 2. I. Dembińska – Cyran, J. Holub-Iwan, J. Perenc; Zarządzanie Relacjami z klientem, DIFIN, Warszawa 2004 3. Mruk H.: Komunikowanie się w marketingu, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2004
Literatura uzupełniająca	1. J. Dyche; CRM. Relacje z klientami, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2002 2. P. Cheverton; Zarządzanie kluczowymi klientami, Dom Wydawniczy ABC, Kraków 2001
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	18
Przygotowanie się do zajęć	20
Studiowanie literatury	20
Udział w konsultacjach	20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	10
Inne	2
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4