

Załącznik do uchwały Senatu Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu nr 59/2024 z dnia 12 marca 2024 roku w sprawie ustalenia programów studiów dla kierunku Turystyka i rekreacja realizowanym na Wydziale Finansów i Zarządzania Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu dla cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2024/2025 - nabór letni



Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku

Turystyka i rekreacja
studia II stopnia 3 semestralne

Studia: stacjonarne/niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki: 2024/2025

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Turystyka i rekreacja	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia drugiego stopnia 3 semestralne	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	stacjonarne/niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	3	
łącna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	Studia stacjonarne 90	Studia niestacjonarne 90
łącna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 1265	Studia niestacjonarne 1057
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych	480 godzin	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2024	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
WIEDZA absolwent zna i rozumie		
K_W01	Ma rozszerzoną wiedzę na temat nowoczesnych form turystyki i rekreacji oraz współczesnych trendów w ich rozwoju. Wie jakie jest znaczenie turystyki i rekreacji dla rozwoju społeczno-ekonomicznego i przemian cywilizacyjnych.	P7S_WG, P7S_WG
K_W02	Określa uwarunkowania (przesłanki) stylu życia współczesnego człowieka, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności rekreacyjnej i turystycznej	P7S_WG
K_W03	Posiada pogłębioną wiedzę na temat wpływu czynników społecznych, geograficznych, ekonomicznych, biologicznych, prawnych i technologicznych na zjawisko turystyki i rekreacji	P7S_WG, P7S_WG, P7S_WK
K_W04	Zna akty prawne krajowe i międzynarodowe (UE) regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych w turystyce i rekreacji oraz przepływ towarów, usług i ludzi na rynku europejskim. Określa ich wpływ na możliwość podejmowania przedsięwzięć turystyczno-rekreacyjnych	P7S_WG
K_W05	Ma pogłębioną wiedzę o regionach turystycznych Polski i świata oraz potrafi określić ich znaczenie dla organizatora turystyki i odbiorcy indywidualnego	P7S_WG
K_W06	Ma pogłębioną wiedzę na temat oddziaływania środowiska przyrodniczego i antropogenicznego, w którym realizowana	P7S_WG

	jest turystyka i rekreacja na organizm człowieka. Zna efekty oddziaływania aktywności ruchowej o różnej intensywności oraz specyficznych zabiegów na organizm człowieka	
K_W07	Zna i rozumie zasady etyczne obowiązujące w biznesie turystyczno-rekreacyjnym. Ma podstawową wiedzę o protokole dyplomatycznym oraz zasadach savoir-vivre.	P7S_WG
K_W08	Zna założenia polityki państwa oraz władz samorządowych w zakresie turystyki i rekreacji	P7S_WG
K_W09	Zna zasady tworzenia strategii rozwoju produktu turystycznego i rekreacyjnego w skali krajowej, regionalnej i lokalnej	P7S_WG, P7S_WG, P7S_WK
K_W10	Posiada pogłębioną wiedzę o odbiorcach usług turystyczno-rekreacyjnych oraz zna i wybiera odpowiednie sposoby oddziaływania na nich poprzez narzędzia marketingowe.	P7S_WG
K_W11	Zna współczesne koncepcje zarządzania systemami gospodarczymi i organizacjami w turystyce i rekreacji oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między nimi	P7S_WG
K_W12	Ma pogłębioną wiedzę na temat ekonomiki i organizacji przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego	P7S_WG
K_W13	Klasyfikuje działania organizacji krajowych i międzynarodowych w sektorach publicznym, społecznym i prywatnym w zakresie rozwoju turystyki i rekreacji oraz potrafi określić ich znaczenie na rynku turystyczno-rekreacyjnym.	P7S_WK
K_W14	Zna źródła finansowania przedsięwzięć turystyczno-rekreacyjnych. Ma wiedzę o zakresie i zasadach wspierania przedsięwzięć turystycznych-rekreacyjnych przez międzynarodowe i krajowe programy pomocowe oraz ich znaczenia dla rozwoju społeczno-gospodarczego regionów.	P7S_WG
K_W15	Uzasadnia znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu i wskazuje na jej przejawy w praktyce	P7S_WK
K_W16	Wyjaśnia (na przykładach) współczesne koncepcje organizacji pracy w sektorze turystyki i rekreacji	P7S_WG
K_W17	Identyfikuje style przywództwa i ich uwarunkowania	P7S_WG
K_W18	Ma pogłębioną wiedzę o współczesnych formach zarządzania zasobami ludzkimi	P7S_WK, P7S_WG
K_W19	Zna metody badań naukowych i zasady tworzenia instrumentów badawczych w zakresie nauk społecznych oraz nauk o kulturze fizycznej	P7S_WG
K_W20	Zna zakres i metody badań nad czasem wolnym, aktywnością turystyczną i rekreacyjną człowieka i związaną z nimi międzynarodową terminologię statystyczną. Rozróżnia i zna zastosowanie wybranych metod statystycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji	P7S_WG
K_W21	Ma pogłębioną wiedzę, jak organizować imprezy turystyczne i rekreacyjne, także te o podwyższonym stopniu ryzyka	P7S_WK, P7S_WG
K_W22	Posiada pogłębioną wiedzę o środkach, formach i metodach animacji stosowanych w różnych grupach osób uprawiających turystykę i rekreację a także w różnych typach środowiska geograficznego	P7S_WK, P7S_WG
K_W23	Posiada wiedzę w zakresie edukacji i kultury czasu wolnego.	P7S_WG

UMIĘTNOŚCI absolwent potrafi		
K_U01	Posiada umiejętność podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w ramach różnych form prawno-organizacyjnych przedsiębiorstwa	P7S_UW
K_U02	Postrzega turystykę i rekreację jako zjawisko interdyscyplinarne oraz integruje wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia markowego produktu turystycznego i rekreacyjnego	P7S_UW
K_U03	Ma pogłębioną zdolność identyfikowania społecznych, geograficznych, ekonomicznych, biologicznych, prawnych i technologicznych czynników oraz określania ich wpływu na zjawisko turystyki i rekreacji oraz na zarządzanie własnym biznesem turystycznym lub rekreacyjnym.	P7S_UW
K_U04	Umie planować pobyty turystyczne zwracając uwagę na wartości zdrowotne środowiska geograficznego i ich wpływ na turystę. Potrafi ustalić wpływ aktywności ruchowej o różnej intensywności oraz specyficznych zabiegów na organizm człowieka	P7S_UU, P7S_UW
K_U05	W swojej działalności turystyczno-rekreacyjnej posługuje się zasadami etycznymi oraz innymi normami i regułami obowiązującymi w biznesie.	P7S_UW
K_U06	Potrafi wykorzystać krajowe i regionalne strategie rozwoju produktu turystycznego i rekreacyjnego dla działalności na szczeblu lokalnym oraz działalności własnego biznesu turystyczno-rekreacyjnego.	P7S_UW
K_U07	Potrafi przygotować i wykorzystać, na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej, odpowiednie narzędzia marketingowe.	P7S_UW
K_U08	Umie diagnozować problemy środowiskowe w turystyce i rekreacji i w celu ich rozwiązania potrafi korzystać (aplikować, zarządzać i rozliczać) z międzynarodowych i krajowych programów pomocowych.	P7S_UW
K_U09	Potrafi wybrać odpowiednie źródła finansowania przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych oraz aplikować o nie	P7S_UW
K_U10	Potrafi prowadzić negocjacje i rozwiązywać konflikty w różnych środowiskach z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej, potrafi oceniać różne stanowiska oraz dyskutować o nich, bierze udział w debacie	P7S_UK
K_U11	Potrafi dobrać odpowiednie metody badań nad czasem wolnym, aktywnością turystyczną i rekreacyjną człowieka, zrealizować badania oraz dokonać ich statystycznej interpretacji w celu wspomagania procesów decyzyjnych.	P7S_UW
K_U12	Posiada umiejętność przekazywania swojej wiedzy przy użyciu różnych środków przekazu informacji	P7S_UK
K_U13	Potrafi dokonać analizy (finansowej, organizacyjnej, strategicznej) przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego	P7S_UW
K_U14	Posiada umiejętność wykorzystania metod i instrumentów zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym i obszarem recepcji turystycznej	P7S_UW
K_U15	Potrafi dostosować oczekiwania i możliwości turystów do potencjału turystycznego regionów turystycznych jako destynacji turystycznych	P7S_UW
K_U16	Potrafi scharakteryzować wybrane regiony turystyczne i przedstawić główne czynniki decydujące o ich atrakcyjności	P7S_UW

K_U17	Umie posługiwać się aktami prawa krajowego oraz międzynarodowego (UE) w działalności turystycznej i rekreacyjnej	P7S_UK, P7S_UW
K_U18	Potrafi wykorzystać współczesne formy rekreacji ruchowej we własnej działalności gospodarczej	P7S_UU
K_U19	Umie korzystać z zasobów organizacji usług rekreacyjnych w skali Unii Europejskiej	P7S_UW
K_U20	Posiada umiejętności tworzenia koncepcji programowo-funkcjonalno-przestrzennej zagospodarowania rekreacyjnego i turystycznego.	P7S_UW
K_U21	Potrafi określić swoją rolę w specyficznych grupach ludzi (pracowników sektora turystycznego i rekreacyjnego oraz osób korzystających z ich usług) - potrafi współdziałać i pracować w grupie, zarządzać nią, oceniać pracę indywidualną i grupową, rozwiązywać sytuacje konfliktowe, motywować do pracy, wyznaczać cele i zadania, negocjować itp.	P7S_UO
K_U22	Potrafi samodzielnie zdobywać, uzupełniać i doskonalić wiedzę oraz umiejętności zawodowe przez całe życie, potrafi podejmować decyzje o dalszym uczeniu się, potrafi inspirować i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
K_U23	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią.	P7S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do		
K_K01	Jest przygotowany do planowania i realizowania złożonych przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych	P7S_KO
K_K02	Jest przygotowany do podejmowania i prowadzenia turystycznej i rekreacyjnej działalności gospodarczej oraz zajmowania samodzielnych i kierowniczych stanowisk w sektorze państwowym, prywatnym i społecznym	P7S_KK
K_K03	Postępuje w sposób przedsiębiorczy w życiu prywatnym i zawodowym, jako konsument, pracownik, menedżer i przedsiębiorca turystyczny i rekreacyjny	P7S_KO
K_K04	Potrafi sprostać obowiązkom wynikającym z zajmowania stanowisk odpowiedzialnych za rozwój turystyki i rekreacji w administracji rządowej i samorządowej	P7S_KO
K_K05	Prezentuje postawę odpowiedzialną za osoby jemu podlegające oraz powierzone mu zadania	P7S_KR
K_K06	W swoich działaniach kieruje się etyką biznesu turystycznego i rekreacyjnego oraz innymi normami (społecznymi, prawnymi, zawodowymi itp.)	P7S_KR

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

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

Nazwa przedmiotu	Treści programowe
ANTROPOLOGIA KULTUROWA	Kultura i kultury
	Ewolucjonizm i funkcjonalizm
	Tematy centralne I - obrzędy i symbole
	Strukturalizm i poststrukturalizm
	Tematy centralne II - rodzina i pokrewieństwo
	Etniczność
FILOZOFIA	Filozofia i jej działy. Różnice pomiędzy filozofią a nauką, mitem, sztuką, religią i ideologią.
	Świat wartości - stanowiska aksjologiczne: absolutyzm, relatywizm, subiektywizm, obiektywizm
	Pojęcie bytu i sposobu istnienia (monizm, dualizm, pluralizm, idealizm, realizm, materializm, spirytualizm). Spór o istnienie świata.
	Zagadnienie prawdy (przeгляд stanowisk i definicji)
	Epistemologia: empiryzm (genetyczny i metodologiczny); racjonalizm (natywizm i aprioryzm); zagadnienie granic poznania
	Wolność a determinizm
	Myślenie jako narzędzie nauki i istota człowieczeństwa. Świadomość: samoświadomość a nieświadomość (perspektywa psychoanalityczna)
	Szczęście: autarkia, epikureizm, stoicyzm, źródła szczęścia
	Humanizm i tolerancja
	Język: język a człowieczeństwo, język ciała, fizjonomika
JĘZYK OBCY W TURYSTYCE I REKREACJI B2+	Rozumienie i analiza tekstów
	Gramatyka i słownictwo
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym
	Komunikacja pisemna biznesowa
PRAKTYCZNE ASPEKTY PRAWA	Podstawowe wiadomości z zakresu prawa cywilnego.
	Umowy w obrocie gospodarczym z elementami windykacji.
	Przedsiębiorca i działalność gospodarcza. Spółki osobowe i kapitałowe z elementami prawa upadłościowego i naprawczego.
	Wybrane zagadnienia prawa pracy. Pracownik w przedsiębiorstwie.
	Wybrane zagadnienia prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego.
	Wybrane zagadnienia z postępowania administracyjnego.
WSPÓŁCZESNE PROBLEMY SPOŁECZNO- GOSPODARCZE	Globalizacja i jej wpływ na Polskę
	Zachowania konsumenckie Polaków
	Rozwój gospodarczy Polski a poziom życia społeczeństwa w świetle wybranych mierników makroekonomicznych
	Rynek pracy – uwarunkowania, problemy, tendencje
	Polityka fiskalna państwa, jej charakterystyka oraz ocena
	Polityka monetarna państwa, jej charakterystyka i ocena
	Kierunki i problemy rozwoju oraz dynamika handlu zagranicznego Polski
AKTYWNA SPRZEDAŻ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH	Produkt turystyczny- podstawowe definicje, ogólna charakterystyka, cykl życia produktu turystycznego, elementy produktu turystycznego.
	Marka produktu-definicja, budowa i funkcje
	Profesjonalne techniki sprzedaży- proces sprzedaży, typy sprzedaży. Charakterystyka klienta-model zachowania nabywcy, cechy idealnego handlowca

	Profesjonalne techniki sprzedaży- prezentacja produktu: rodzaje i metody, lejek sprzedażowy: definicja i funkcje.
	Marketing sensoryczny jako narzędzie aktywizujące sprzedaż
ETYKA BIZNESU TURYSTYCZNEGO I REKREACYJNEGO	Przedmiot, zakres i terminologia etyki.
	Turystyka kontrowersyjna (aborcyjna, eutanazyjna, narkotyczna, slamsowa, seksturystyka itp).
	Etyczne problemy związane z obsługą turystów.
	Etyczne problemy turystyki religijnej.
	Eksploracja gór wysokich i problemy etyczne z tym związane.
	Turystyka zrównoważona jako problem etyczny.
NARZĘDZIA INFORMATYCZNE WYKORZYSTYWANE W TURYSTYCE I REKREACJI	Funkcjonalności oprogramowania Amadeus i BlueVendo
	Poszukiwanie ofert
	Wybór ofert według różnych kryteriów
	Rezerwacja ofert
	Potwierdzanie rezerwacji
POLITYKA TURYSTYCZNA I REKREACYJNA	Pojęcia, główne terminy i zakres polityki turystycznej i rekreacyjnej (W)
	Organizacyjno-prawne podstawy polityki turystycznej i rekreacyjnej (W)
	Instrumenty planistyczne, finansowe i przestrzenne polityki turystycznej i rekreacyjnej (W)
	Międzynarodowe i krajowe organizacje turystyczne i rekreacyjne (W)
	Segmentacja strategicznych i operacyjnych działań turystycznych i sportowo-rekreacyjnych na szczeblu lokalnym (K)
	Przegląd i analiza polityki organizacyjnej oraz kooperacji międzysektorowej z zakresu turystyki i rekreacji w wybranych jednostkach samorządowych (K)
	Polityka finansowa i przestrzenna w zakresie turystyki i rekreacji w podstawowych jednostkach samorządowych (K)
	Ocena polityki turystycznej i rekreacyjnej w podstawowych jednostkach samorządu terytorialnego – prezentacje studentów (K)
PRACA GRUPOWA I BUDOWANIE ZESPOŁU	Analiza zachowań organizacji (jednostka, grupa, zespół) – podstawowe pojęcia i definicje.
	Zachowania jednostki w organizacji – percepcja, rozwój, osobowość, emocje.
	Motywacja do działania grup i zespołów pracowniczych.
	Pojęcie grupy i pracy grupowej w organizacji.
	Zespoły robocze i zadaniowe w organizacji.
	Komunikacja i kultura działania organizacji.
	Budowanie zaufania i kreowanie lidera w grupach i zespołach.
	Konflikty – dysfunkcjonalne i funkcjonalne w organizacji.
Sposoby rozwiązywania konfliktów w organizacji – negocjacje.	
PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W TURYSTYCE I REKREACJI	Pojęcie i rola przedsiębiorczości w gospodarce turystycznej i rekreacyjnej
	Plan zasobów
	Plan marketingowy
	Plan sprzedaży
	Rodzaje przedsiębiorczości
	Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości
	Przedsiębiorca turystyczny i rekreacyjny
	Przedsiębiorstwo turystyczne i rekreacyjne
	Decyzje podejmowane przed uruchamianiem przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego
	Planowanie działalności gospodarczej – biznes plan
	Informacje ogólne o przedsiębiorstwie
	Plan techniczny

REGIONY TURYSTYCZNE	Pojęcie regionu i regionu turystycznego, cel i zasady wyznaczania na przykładach z Polski i świata
	Transgraniczne regiony turystyczne
	Sezonowość i funkcjonowanie regionu turystycznego na przykładzie śródziemnomorskiego wybrzeża Hiszpanii
	Regiony turystyczne Stanów Zjednoczonych
	Regiony i destynacje turystyczne Ameryki Południowej i Afryki
	Regiony turystyczne Ameryki Środkowej, Azji i Oceanii i ich atrakcyjność
	Zasady wyboru regionów turystycznych pod kątem przygotowania oferty dla określonych grup docelowych
	Produkt turystyczny w ujęciu regionalnym – percepcja, podaż, promocja i popyt. Regionalne markowe produkty turystyczne
	Regiony turystyczne Polski i ich charakterystyka
	Kreowanie produktu turystycznego na przykładzie subregionów Dolnego Śląska
	Dziedzictwo przemysłowe jako podstawa produktu turystycznego regionu – przykład Górnego Śląska
	Na styku dziedzictwa Ziemi i dziedzictwa kulturowego – świętokrzyski region turystyczny
	Konkurencyjność i komplementarność regionów turystycznych – na przykładzie pojezierzy Polski północnej
	Tworzenie produktu turystycznego regionu – studium przypadku na przykładzie Polski centralnej
Regiony turystyczne Europy i ich specyfika. Górskie i nadmorskie regiony turystyczne	
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 1	Metodyka pisania pracy magisterskiej
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 2	Analiza literatury
	Przygotowanie części teoretycznej pracy na podstawie pozyskanych źródeł
	Zaprojektowanie i realizacja badań empirycznych
	Omówienie napisanej części pracy magisterskiej
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 3	Przygotowywanie i konsultowanie drugiego rozdziału teoretycznego pracy
	Przygotowanie i konsultowanie rozdziału metodycznego
	Dokończenie badań empirycznych i analiza ich wyników
	Przygotowanie i konsultowanie rozdziału empirycznego i dokończenie pracy magisterskiej
	Omówienie całości pracy
	Omówienie całości pracy po korektach sugerowanych przez Promotora
TURYSTYKA KULTUROWA	Typologia i klasyfikacja walorów turystyki kulturowej.
	Turystyka religijna i turystyka architektoniczna obiektów sakralnych.
	Turystyka kulinarna, enoturystyka i biroturystyka.
	Geoturystyka i turystyka przemysłowa.
	Turystyka ogrodów zoologicznych i botanicznych.
	Zamki i pałace, jako obiekty turystyki kulturowej.
	Enoturystyka.
	Strategie rozwoju produktów turystycznych z uwzględnieniem czynników kulturowych.
	Zajęcia terenowe.
TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA	Geneza i znaczenie pojęcia turystyki zrównoważonej
	Partycypacja społeczna w planowaniu turystyki zrównoważonej - analiza interesariuszy i udział społeczny

	Cele turystyki zrównoważonej według UNWTO oraz przygotowanie zgodnych z nimi celów strategicznych i operacyjnych
	Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej - ocena oddziaływania na środowisko
	Wdrażanie strategii turystyki zrównoważonej - wskaźniki i monitoring
	Zagospodarowanie obszarów turystycznych i zarządzanie ruchem turystycznym zgodnie z ideą turystyki zrównoważonej
ZARZĄDZANIE PROJEKTEM UE W TURYSTYCE I REKREACJI	Pojęcie projektu UE. Metodyka zarządzania projektem UE
	Ewaluacja, monitorowanie i kontrola projektów europejskich
	Zarządzanie zespołem projektowym
	Tworzenie projektu w oparciu o metodykę PCM.
	Analiza interesariuszy
	Matryca logiczna. Harmonogram projektu
	Budżetowanie projektu i plan wykorzystania zasobów
	Prezentacje projektów
ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNO-REKREACYJNYM	Pojęcie i atrybuty współczesnego przedsiębiorstwa turystycznego – cechy, cele funkcje
	Wymogi związane z podejmowaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji
	Typologia przedsiębiorstw turystycznych – forma własności, forma prawno-organizacyjna, miejsce w turystycznym łańcuchu wartości, wielkość, stopień integracji, przedmiot działalności
	Źródła finansowania działalności przedsiębiorstwa turystycznego
	Przedsiębiorczość i zarządzanie przedsiębiorczością w turystyce i rekreacji
	Zasoby i procesy w przedsiębiorstwie turystycznym
	Proces zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym – istota, funkcje, zasady, poziomy
	Narzędzia zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym i rekreacyjnym
	Wybrane koncepcje, metody i techniki zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym
	Charakterystyka rodzajowa przedsiębiorstw turystycznych: przedsiębiorstwa hotelarskie, biura podróży
Specjalność: Menedżer do spraw zrównoważonego rozwoju	Działania na rzecz lokalnej społeczności
	Ład korporacyjny
	Polityka zatrudnienia i system wynagradzania
	Raportowanie niefinansowe
	Spółeczna odpowiedzialność biznesu turystycznego
	Zarządzanie środowiskowe
	Zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa turystycznego
Specjalność: Zarządzanie hotelem	Marketing w hotelu
	Polityka cenowa i zarządzanie przychodami
	Sprzedaż usług hotelowych
	Strategie i modele biznesu
	Zarządzanie jakością
	Zarządzanie zasobami ludzkimi
	Zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa hotelowego

**Treści programowe mogą ulegać modyfikacjom w procesie doskonalenia programów studiów, w celu zapewnienia ich aktualności oraz dostosowania do oczekiwań rynku pracy.*

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności proponowane na I stopniu kierunku Turystyka i rekreacja

- Menedżer do spraw zrównoważonego rozwoju
- Zarządzanie hotelem (tylko forma niestacjonarna)

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSZYCYPLIN NAUKOWYCH

Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
Geografia społeczno - ekonomiczna i gospodarka przestrzenna	60%
Nauki o zarządzaniu i jakości	40%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS	
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 45,2	STUDIA NIESTACJONARNE 36,9
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 73,4	STUDIA NIESTACJONARNE 73,1
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	53	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20	

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Zgodnie z Regulaminem studiów Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe a zasady ich realizacji, treści programowe, metody kształcenia, efekty uczenia się, czy metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się etc. określają, podobnie jak w przypadku innych zajęć przewidzianych w programie studiów, karty przedmiotów „Praktyka zawodowa”.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów II stopnia wynosi min. 480 godzin dydaktycznych/12 tygodni. Praktyki realizowane i zaliczane są w semestrach, w których w programie studiów przewidziany jest przedmiot „Praktyka zawodowa”.

Istnieją dwa rozwiązania dotyczące organizacji praktyk: student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni przy wyborze miejsca praktyki lub może ją zorganizować indywidualnie. W przypadku

organizacji praktyk student jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji programu praktyk w danej placówce/firmie/instytucji.

Z programu praktyk oraz założeń przedmiotu praktyka zawodowa określonych w karcie przedmiotu a także z Regulaminu praktyk zawodowych wynikają bezpośrednio miejsca, w których realizowane są praktyki. Uczelnia dobiera miejsca praktyk pod kątem ich przystosowania do osiągania efektów uczenia się przypisanych do praktyk na danym kierunku, możliwości realizacji programu praktyk oraz predyspozycji i preferencji studenta. Praktyki realizowane są w podmiotach, które zapewniają praktykantom opiekuna praktyk, odpowiednie stanowiska pracy odpowiadające zakresowi przyszłej działalności zawodowej (dostęp do komputera, Internetu, profesjonalne oprogramowania etc.).

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmują się dedykowani poszczególnym kierunkom pracownicy Biura Karier (BK). Nadzór merytoryczny nad realizacją praktyk zawodowych sprawuje opiekun praktyk zawodowych z ramienia Uczelni.

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

Weryfikacja efektów uczenia się stanowi uniwersalny system umożliwiający monitorowanie, sprawdzanie i ocenianie procesu uczenia się studenta w trakcie całego cyklu kształcenia w uczelni. W doborze metod weryfikacji uwzględnia się rodzaje efektów (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne), etapy kształcenia (I stopień, II stopień), kierunki/programy studiów (merytoryka), a także treści (teoretyczne, praktyczne) i formy zajęć (wykład, ćwiczenia, lektorat, konwersatorium, laboratorium, seminarium, praktyka zawodowa). W uczelni przyjmuje się określone sposoby weryfikacji efektów uczenia się: egzaminy (ustne lub pisemne), prace kontrolne, kolokwia, projekty, a także inne aktywności zlecone przez dydaktyka, takie jak np.: ćwiczenia/zadania indywidualne i grupowe, case study, dyskusje dydaktyczne/debaty, prezentacje, gry dydaktyczne. Zróżnicowanie metod weryfikacji pozwalana na całościowe kontrolowanie postępów w procesie uczenia się studenta. Szczegółowe informacje, co do zasad i sposobów weryfikacji i oceny osiągnięcia efektów uczenia się w odniesieniu do poszczególnych kursów/przedmiotów, zamieszczone są w kartach przedmiotów. Poziom osiągnięcia efektów uczenia się studenta dokumentuje się:

- w przypadku wykładu, ćwiczenia, lektoratu, konwersatorium, laboratorium, seminarium – w protokole egzaminu/zaliczenia,
- w przypadku praktyki zawodowej – w protokole zaliczenia praktyki,
- w przypadku egzaminu dyplomowego – w protokole egzaminu dyplomowego.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się podlegają stałej kontroli Metodyka oraz Wydziałowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Studia stacjonarne

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	ANTROPOLOGIA KULTUROWA	II	2
2.	FILOZOFIA	II	3
3.	JĘZYK OBCY W TURYSTYCE I REKREACJI B2+	II	6
4.	PRAKTYCZNE ASPEKTY PRAWA	I	2
5.	WSPÓŁCZESNE PROBLEMY SPOŁECZNO-GOSPODARCZE	I	2
6.	WYKŁAD DO WYBORU	I	1
7.	AKTYWNA SPRZEDAŻ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH	III	2
8.	ETYKA BIZNESU TURYSTYCZNEGO I REKREACYJNEGO	I	2
9.	NARZĘDZIA INFORMATYCZNE WYKORZYSTYWANE W TURYSTYCE I REKREACJI	III	2

10.	POLITYKA TURYSTYCZNA I REKREACYJNA	I	4
11.	PRACA GRUPOWA I BUDOWANIE ZESPOŁU	I	2
12.	PRAKTYKA ZAWODOWA	III	20
13.	PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W TURYSTYCE I REKREACJI	I	2
14.	REGIONY TURYSTYCZNE	II	3
15.	SEMINARIUM MAGISTERSKIE 1	I	2
16.	SEMINARIUM MAGISTERSKIE 2	II	2
17.	SEMINARIUM MAGISTERSKIE 3	III	6
18.	TURYSTYKA KULTUROWA	III	4
19.	TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA	III	2
20.	ZARZĄDZANIE PROJEKTEM UE W TURYSTYCE I REKREACJI	II	2
21.	ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNO-REKREACYJNYM	I	3
22.	Przedmioty specjalnościowe	II,III	16
łącznie:			90

Studia niestacjonarne

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	ANTROPOLOGIA KULTUROWA	II	2
2.	FILOZOFIA	II	3
3.	JĘZYK OBCY W TURYSTYCE I REKREACJI B2+	II	6
4.	PRAKTYCZNE ASPEKTY PRAWA	I	2
5.	WSPÓŁCZESNE PROBLEMY SPOŁECZNO-GOSPODARCZE	I	2
6.	WYKŁAD DO WYBORU	I	1
7.	AKTYWNA SPRZEDAŻ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH	III	2
8.	ETYKA BIZNESU TURYSTYCZNEGO I REKREACYJNEGO	I	2
9.	NARZĘDZIA INFORMATYCZNE WYKORZYSTYWANE W TURYSTYCE I REKREACJI	III	2
10.	POLITYKA TURYSTYCZNA I REKREACYJNA	I	4
11.	PRACA GRUPOWA I BUDOWANIE ZESPOŁU	I	2
12.	PRAKTYKA ZAWODOWA	III	20
13.	PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W TURYSTYCE I REKREACJI	I	2
14.	REGIONY TURYSTYCZNE	II	3
15.	SEMINARIUM MAGISTERSKIE 1	I	2
16.	SEMINARIUM MAGISTERSKIE 2	II	2
17.	SEMINARIUM MAGISTERSKIE 3	III	6
18.	TURYSTYKA KULTUROWA	III	4
19.	TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA	III	2
20.	ZARZĄDZANIE PROJEKTEM UE W TURYSTYCE I REKREACJI	II	2
21.	ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNO-REKREACYJNYM	I	3
22.	Przedmioty specjalnościowe	II,III	16
łącznie:			90