

*Załącznik do uchwały Senatu Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu nr 49/2026 z dnia 24 marca 2026 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 2026/2027 - 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: 2026/2027

## I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

<b>nazwa kierunku studiów</b>	<b>Turystyka i rekreacja</b>	
<b>Poziom kształcenia</b> (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia drugiego stopnia 3 semestralne	
<b>Profil kształcenia</b>	praktyczny	
<b>Forma studiów</b> stacjonarne/niestacjonarne	stacjonarne/niestacjonarne	
<b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>	3	
<b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>	Studia stacjonarne 90	Studia niestacjonarne 90
<b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>	Studia stacjonarne 1293	Studia niestacjonarne 1065
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>	magister	
<b>Wymiar praktyk zawodowych</b>	480 godzin	
<b>Język prowadzenia studiów</b>	polski	
<b>Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>	2026	

## II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

<b>Symbol</b>	<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia zgodnie z PRK</b>
<b>WIEDZA</b> <b>absolwent zna i rozumie</b>		
K_W01	w pogłębionym stopniu nowoczesne formy turystyki i rekreacji oraz współczesne trendy w ich rozwoju. Rozumie znaczenie turystyki i rekreacji dla rozwoju społeczno-ekonomicznego i przemian cywilizacyjnych.	P7S_WG
K_W02	w pogłębionym stopniu uwarunkowania (przesłanki) stylu życia współczesnego człowieka, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności rekreacyjnej i turystycznej.	P7S_WG
K_W03	w pogłębionym stopniu wpływ czynników społecznych, geograficznych, ekonomicznych, biologicznych, prawnych i technologicznych na zjawisko turystyki i rekreacji.	P7S_WK
K_W04	w pogłębionym stopniu 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	w pogłębionym stopniu regiony turystyczne Polski i świata oraz potrafi określić ich znaczenie dla organizatora turystyki i odbiorcy indywidualnego.	P7S_WG
K_W06	w pogłębionym stopniu zasady oddziaływania środowiska przyrodniczego i antropogenicznego, w którym realizowana jest turystyka i rekreacja na organizm człowieka. Zna efekty oddziaływania aktywności ruchowej o różnej intensywności oraz specyficznych zabiegów na organizm człowieka.	P7S_WG
K_W07	w pogłębionym stopniu zasady etyczne obowiązujące w biznesie turystyczno-rekreacyjnym, zasady protokołu dyplomatycznego oraz savoir-vivre.	P7S_WG
K_W08	w pogłębionym stopniu założenia polityki państwa oraz władz samorządowych w zakresie turystyki i rekreacji.	P7S_WG
K_W09	w pogłębionym stopniu zasady tworzenia i zastosowania w praktyce społeczno-gospodarczej strategii rozwoju produktu turystycznego i rekreacyjnego w skali krajowej, regionalnej i lokalnej.	P7S_WG
K_W10	w pogłębionym stopniu grupy odbiorców usług turystyczno-rekreacyjnych oraz zna i wybiera odpowiednie sposoby oddziaływania na nich poprzez narzędzia marketingowe.	P7S_WG
K_W11	w pogłębionym stopniu współczesne, główne koncepcje zarządzania systemami gospodarczymi i organizacjami w turystyce i rekreacji oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między nimi.	P7S_WG
K_W12	w pogłębionym stopniu ekonomikę i organizację przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego.	P7S_WG
K_W13	w pogłębionym stopniu klasyfikację działań organizacji krajowych i międzynarodowych w sektorach publicznym, społecznym i prywatnym w zakresie rozwoju turystyki i rekreacji oraz rozumie ich znaczenie na rynku turystyczno-rekreacyjnym.	P7S_WG
K_W14	w pogłębionym stopniu źródła finansowania przedsięwzięć turystyczno-rekreacyjnych. Ma wiedzę o zakresie i zasadach wspierania przedsięwzięć turystyczno-rekreacyjnych przez międzynarodowe i krajowe programy pomocowe oraz ich znaczenia dla rozwoju społeczno-gospodarczego regionów.	P7S_WG
K_W15	znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu i jej przejawy w praktyce.	P7S_WK
K_W16	w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje organizacji pracy w sektorze turystyki i rekreacji.	P7S_WG
K_W17	w pogłębionym stopniu style przywództwa i ich uwarunkowania.	P7S_WG
K_W18	w pogłębionym stopniu współczesne formy zarządzania zasobami ludzkimi.	P7S_WG, P7S_WK
K_W19	w pogłębionym stopniu metody badań naukowych i zasady tworzenia instrumentów badawczych w zakresie nauk społecznych oraz nauk o kulturze fizycznej.	P7S_WG
K_W20	w pogłębionym stopniu zakres i metody badań nad czasem wolnym, aktywnością turystyczną i rekreacyjną człowieka i związaną z nimi międzynarodową terminologię statystyczną.	P7S_WG
K_W21	w pogłębionym stopniu zasady organizacji imprez turystycznych i rekreacyjnych, także tych o podwyższonym stopniu ryzyka.	P7S_WG
K_W22	w pogłębionym stopniu środki, formaty i metody animacji stosowane w różnych grupach osób uprawiających turystykę i rekreację a także w różnych typach środowiska geograficznego.	P7S_WG

K_W23	w pogłębionym stopniu zagadnienia związane z edukacją i kulturą czasu wolnego.	P7S_WG
K_W24	społeczne, ekonomiczne, prawne, etyczne i inne pozatechniczne uwarunkowania działalności zawodowej związanej z kierunkiem turystyka i rekreacja w tym pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P7S_WK
<b>UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi</b>		
K_U01	podejmować i prowadzić działalność gospodarczą w ramach różnych form prawno-organizacyjnych przedsiębiorstwa	P7S_UW
K_U02	integrować wiedzę z różnych dziedzin dostrzegając turystykę i rekreację jako zjawisko interdyscyplinarne, w celu tworzenia markowego produktu	P7S_UW
K_U03	identyfikować czynniki społeczne, geograficzne, ekonomiczne, biologiczne, prawne i technologiczne oraz określać ich wpływ na zjawisko turystyki i rekreacji oraz na zarządzanie własnym biznesem turystycznym lub rekreacyjnym	P7S_UW
K_U04	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_UW
K_U05	posługiwać się zasadami etycznymi oraz innymi normami i regułami obowiązującymi w biznesie	P7S_UW
K_U06	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	tworzyć i wykorzystać, na potrzeby prowadzonej działalności turystycznej i rekreacyjnej, odpowiednie narzędzia marketingowe	P7S_UW
K_U08	diagnozować złożone i nietypowe problemy w turystyce i rekreacji i w celu ich rozwiązania, potrafi korzystać z międzynarodowych i krajowych programów pomocowych	P7S_UW
K_U09	wybrać odpowiednie źródła finansowania przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych oraz aplikować o ich pozyskanie	P7S_UW
K_U10	przewodzić 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	dobierać 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	przekazywać swojej wiedzy przy użyciu różnych środków przekazu informacji, uwzględniając zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne	P7S_UK
K_U13	dokonać analizy oraz oceny (syntezy) finansowej, organizacyjnej, strategicznej przedsiębiorstwa turystycznego i rekreacyjnego	P7S_UW
K_U14	formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi oraz zaplanować, zaprojektować i wykorzystać nowe narzędzia i metody zarządzania	P7S_UW

	przedsiębiorstwem turystycznym i obszarem recepcji turystycznej.	
K_U15	dostosować oczekiwania i możliwości turystów do potencjału turystycznego regionów turystycznych jako destynacji turystycznych	P7S_UW
K_U16	scharakteryzować wybrane regiony turystyczne i przedstawić główne czynniki decydujące o ich atrakcyjności	P7S_UW
K_U17	posługiwać się aktami prawa krajowego oraz międzynarodowego (UE) w działalności turystycznej i rekreacyjnej	P7S_UW
K_U18	wykorzystać współczesne formy rekreacji ruchowej we własnej działalności	P7S_UW
K_U19	stosować zasady organizacji usług rekreacyjnych i turystycznych	P7S_UW
K_U20	umiejętności tworzenia koncepcji programowo-funkcjonalno-przestrzennej zagospodarowania rekreacyjnego i turystycznego	P7S_UW
K_U21	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	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	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią	P7S_UK
K_U24	komunikować się używając pojęć i terminologii związanych z dziedziną turystyki i rekreacji, potrafi prowadzić dyskusje i debaty na tematy specjalistyczne, wykorzystując zdobytą wiedzę i umiejętności komunikacyjne	P7S_UK
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do</b>		
K_K01	planowania i realizowania złożonych przedsięwzięć turystycznych i rekreacyjnych na rzecz środowiska społecznego	P7S_KO
K_K02	krytycznej oceny posiadanej wiedzy, dostrzegania znaczenia wiedzy, także eksperckiej oraz konieczności współpracy interdyscyplinarnej w rozwiązywaniu problemów pojawiających się w ramach dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku	P7S_KK
K_K03	działania w sposób przedsiębiorczy w życiu prywatnym i zawodowym, jako konsument, pracownik, menedżer i przedsiębiorca turystyczny i rekreacyjny	P7S_KO
K_K04	wywiązywania się z obowiązków wynikających z zajmowania stanowisk odpowiedzialnych za rozwój turystyki i rekreacji w administracji i biznesie	P7S_KO
K_K05	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych i rozwijania dorobku zawodu	P7S_KR
K_K06	kierowania się zasadami etyki w biznesie turystycznym i rekreacyjnym 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**

<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>Treści programowe</b>
Antropologia kulturowa	Przedmiot i kierunki antropologii.
	Instrumentarium antropologii kulturowej. Analiza struktury społecznej.
	Kultura Romska.
	Wielokulturowość.
Filozofia	Szczęście
	Piękno i sztuka
	Moralność
	Wolność
	Prawda
	Polityka
	Sprawiedliwość
	Umysł i ciało
	Filozofia Boga
	Nauka i wiedza
Język obcy specjalistyczny B2+	Rozumienie i analiza tekstów.
	Gramatyka i słownictwo.
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym.
	Komunikacja pisemna biznesowa.
Praktyczne aspekty prawa	Wybrane 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.
	Analiza wybranych zagadnień prawa pracy. Pracownik w przedsiębiorstwie.
	Analiza wybranych zagadnień prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego.
	Analiza wybranych zagadnień z postępowania administracyjnego.
Wellbeing / Wohlbefinden	Essence and types of wellbeing. / Wesen und Arten des Wohlbefindens.
	How to take care for yourself. / Wie man für sich selbst sorgt.
	Process of building and implenting wellbeing in the organisation. / Prozess der Schaffung und Umsetzung von Wohlbefinden in der Organisation.
	Leadership. / Führung.
Wprowadzenie do studiowania na kierunku - studia magisterskie	Zagadnienia związane z funkcjonowaniem wydziału, organizacją procesu kształcenia oraz zasadami studiowania. W ich zakres wchodzi również podstawowe informacje dotyczące kultury akademickiej, możliwości aktywności studenckiej oraz korzystania z dostępnych zasobów i form wsparcia w procesie uczenia się.
Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	Globalizacja i jej wpływ na Polskę.
	Zachowania konsumenckie Polaków.
	Rozwój gospodarczy polski a poziom życia społeczeństwa w świetle podstawowych mierników ekonomicznych.
	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- wybrane 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.
Narzędzia informatyczne wykorzystywane w turystyce i rekreacji	Turystyka zrównoważona jako problem etyczny.
	Funkcjonalności oprogramowania Amadeus i BlueVendo.
	Poszukiwanie ofert.
	Wybór ofert według różnych kryteriów.
	Rezerwacja ofert.
Polityka turystyczna i rekreacyjna	Potwierdzanie rezerwacji.
	Pojęcia, główne terminy i zakres polityki turystycznej i rekreacyjnej.
	Polityka zrównoważonego rozwoju w turystyce na przykładzie polskich przedsiębiorstw z branży turystycznej i rekreacyjnej.
	Analiza aktualnych uwarunkowań dotyczących polityki turystycznej Polski.
	Realizacja strategii rozwoju turystyki wybranych gminy w Polsce.
	Strategie turystyczne i rekreacyjne realizowane w wybranych państwach Unii Europejskiej.
	Organizacyjno-prawne podstawy polityki turystycznej i rekreacyjnej.
	Instrumenty planistyczne, finansowe i przestrzenne polityki turystycznej i rekreacyjnej.
	Międzynarodowe i krajowe organizacje turystyczne i rekreacyjne.
	Segmentacja strategicznych i operacyjnych działań turystycznych i sportowo-rekreacyjnych na szczeblu lokalnym.
	Przegląd i analiza polityki organizacyjnej oraz kooperacji międzysektorowej z zakresu turystyki i rekreacji w wybranych jednostkach samorządowych.
	Polityka finansowa i przestrzenna w zakresie turystyki i rekreacji w podstawowych jednostkach samorządowych.
Praca grupowa i budowanie zespołu rekreacyjnego	Ocena polityki turystycznej i rekreacyjnej w podstawowych jednostkach samorządu terytorialnego.
	Instrumenty polityki turystycznej na różnych szczeblach zarządzania w Polsce.
	Analiza zachowań organizacji (jednostka, grupa, zespół) – wybrane pojęcia i definicje.
	Zachowania jednostki w organizacji - zespole rekreacyjnym – percepcja, rozwój, osobowość, emocje.
	Motywacja do działania grup i zespołów rekreacyjnych.
	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 rekreacyjnych.
	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
Analiza konkurencyjności, unikalności oraz możliwości współpracy turystycznej między regionami na przykładzie pojezierzy Polski północnej.	
Tworzenie produktu turystycznego regionu – studium przypadku na przykładzie Polski centralnej.	
Regiony turystyczne Europy, Stanów Zjednoczonych, Ameryki Południowej i Afryki, Ameryki Środkowej, Azji i Oceanii i ich atrakcyjność	
Regiony turystyczne Europy i ich specyfika. Górskie i nadmorskie regiony turystyczne.	
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.	
Produkt turystyczny w ujęciu regionalnym – percepcja, podaż, promocja i popyt. Regionalne markowe produkty turystyczne. Analiza praktyczna.	
Regiony turystyczne Polski i ich charakterystyka.	
Omówienie produktu turystycznego na przykładzie subregionów Dolnego Śląska.	
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.	
Seminarium magisterskie	Metodyka pisania pracy magisterskiej.
	Przygotowywanie i konsultowanie drugiego rozdziału teoretycznego pracy.

	Analiza literatury
	Przygotowanie części teoretycznej pracy na podstawie pozyskanych źródeł
	Przygotowanie i konsultowanie rozdziału metodycznego.
	Analiza literatury.
	Przygotowanie konspektu pracy magisterskiej.
	Dokończenie badań empirycznych i analiza ich wyników.
	Zaprojektowanie i realizacja badań empirycznych
	Omówienie napisanej części pracy magisterskiej
	Przygotowanie i konsultowanie rozdziału empirycznego i dokończenie pracy magisterskiej.
	Omówienie całości pracy.
	Omówienie całości pracy po korektach sugerowanych przez Promotora.
Trening zdrowotny	Biomedyczne podstawy treningu zdrowotnego.
	Diagnostowanie sprawności, wydolności i aktywności fizycznej.
	Wprowadzenie do treningu zdrowotnego.
	Programowanie treningu zdrowotnego.
	Trening zdrowotny osób zdrowych.
	Trening zdrowotny osób o szczególnych potrzebach.
Turystyka sportowa	Pojęcie i formy turystyki sportowej
	Funkcje i dysfunkcje turystyki sportowej
	Typologia i klasyfikacja walorów turystyki sportowej
	Event sportowy
	Produkty turystyki sportowej
	Rozwój turystyki sportowej we Wrocławiu
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.
	Praktyczne aspekty prezentacji 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: Marketing i innowacje w branży turystycznej	Kreowanie marki i wizerunku przedsiębiorstwa i regionu turystycznego
	Krytyczne myślenie i kreatywność
	Marketing cyfrowy
	Marketing w turystyce
	Praktyka zawodowa
	Psychologia w marketingu
	Zarządzanie doświadczeniem klienta
	Zarządzanie innowacjami w usługach turystycznych
Specjalność: Menedżer przedsiębiorstwa turystycznego (tylko forma niestacjonarna)	Analiza finansowo-ekonomiczna przedsięwzięć turystycznych
	Marketing w przedsiębiorstwie turystycznym
	Praktyka zawodowa
	Rynek turystyczny
	Strategie i modele biznesu
	Zarządzanie jakością
	Zarządzanie zasobami ludzkimi
	Zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa turystycznego

*\*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 kierunku Turystyka i rekreacja

- Marketing i innowacje w branży turystycznej
- Menedżer przedsiębiorstwa turystycznego (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 48,8	STUDIA NIESTACJONARNE 38,1
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 67,7	STUDIA NIESTACJONARNE 67,3
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	56	
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”.

Student organizuje praktyki indywidualnie i jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji programu praktyk w danej placówce/firmie/instytucji. Student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni w przygotowaniu do rekrutacji na praktyki.

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 monitoruje 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. Zróznicowanie 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**

<b>L.p.</b>	<b>Przedmiot</b>	<b>Semestr</b>	<b>ECTS</b>
1.	Antropologia kulturowa	II	2
2.	Filozofia	II	3
3.	Język obcy specjalistyczny B2+	I	3
4.	Język obcy specjalistyczny B2+	II	3
5.	Praktyczne aspekty prawa	I	2
6.	Wellbeing / Wohlbefinden	II	2
7.	Wprowadzenie do studiowania na kierunku - studia magisterskie	I	0
8.	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	I	2
9.	Aktywna sprzedaż produktów turystycznych	III	1
10.	Etyka biznesu turystycznego i rekreacyjnego	I	1
11.	Narzędzia informatyczne wykorzystywane w turystyce i rekreacji	III	1
12.	Polityka turystyczna i rekreacyjna	I	2

13.	Praca grupowa i budowanie zespołu rekreacyjnego	I	4
14.	Przedsiębiorczość w turystyce i rekreacji	I	2
15.	Regiony turystyczne	II	2
16.	Seminarium magisterskie	I	4
17.	Seminarium magisterskie	II	5
18.	Seminarium magisterskie	III	5
19.	Trening zdrowotny	III	3
20.	Turystyka sportowa	III	2
21.	Turystyka zrównoważona	III	3
22.	Zarządzanie projektem UE w turystyce i rekreacji	II	1
23.	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystyczno-rekreacyjnym	I	3
24.	Przedmioty specjalnościowe	II, III	34
łącznie:			90

### Studia niestacjonarne

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	Antropologia kulturowa	II	2
2.	Filozofia	II	3
3.	Język obcy specjalistyczny B2+	I	3
4.	Język obcy specjalistyczny B2+	II	3
5.	Praktyczne aspekty prawa	I	2
6.	Wellbeing / Wohlbefinden	II	2
7.	Wprowadzenie do studiowania na kierunku - studia magisterskie	I	0
8.	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	I	2
9.	Aktywna sprzedaż produktów turystycznych	III	1
10.	Etyka biznesu turystycznego i rekreacyjnego	I	1
11.	Narzędzia informatyczne wykorzystywane w turystyce i rekreacji	III	1
12.	Polityka turystyczna i rekreacyjna	I	2
13.	Praca grupowa i budowanie zespołu rekreacyjnego	I	4
14.	Przedsiębiorczość w turystyce i rekreacji	I	2
15.	Regiony turystyczne	II	2
16.	Seminarium magisterskie	I	4
17.	Seminarium magisterskie	II	5
18.	Seminarium magisterskie	III	5
19.	Trening zdrowotny	III	3
20.	Turystyka sportowa	III	2
21.	Turystyka zrównoważona	III	3
22.	Zarządzanie projektem UE w turystyce i rekreacji	II	1
23.	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystyczno-rekreacyjnym	I	3
24.	Przedmioty specjalnościowe	II, III	34
łącznie:			90