



**Wyższa Szkoła Bankowa  
we Wrocławiu**

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów

Dla kierunku

**Turystyka i Rekreacja**

Studia drugiego stopnia

Studia: stacjonarne i niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki 2022/2023

## I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

<b>nazwa kierunku studiów</b>	<b>Turystyka i Rekreacja</b>	
<b>Poziom kształcenia</b> (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia drugiego stopnia	
<b>Profil kształcenia</b>	Praktyczny	
<b>Forma studiów</b> stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne i niestacjonarne	
<b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>	4	
<b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>	100	
<b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>	Studia stacjonarne 1364	Studia niestacjonarne 1130
<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>	2022	

## II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
<b>Wiedza absolwent zna i rozumie</b>		
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
K_W02	Diagnostuje i 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,	P7S_WG

	biologicznych, prawnych i technologicznych na zjawisko turystyki i rekreacji	
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 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	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
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

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
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
K_W23	Posiada wiedzę w zakresie edukacji i kultury czasu wolnego.	P7S_WG
<b>Umiejętności absolwent potrafi</b>		
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
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
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

<b>Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do</b>		
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**

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







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

<b>Przedmiot</b>	<b>Treści programowe</b>
Język obcy w turystyce i rekreacji B2+	Gramatyka i słownictwo
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym
	Komunikacja pisemna biznesowa
	Przygotowanie do egzaminu TOEIC
Praktyczne aspekty prawa	Wstęp do prawa cywilnego. Podmioty i przedmioty prawa. Pełnomocnictwo. Własność a posiadanie. Przedawnienia.
	Umowy w obrocie gospodarczym z elementami windykacji.
	Ustawa Prawo przedsiębiorców. Spółki osobowe i kapitałowe z elementami prawa upadłościowego i naprawczego.
	Pracownik w przedsiębiorstwie, wybrane zagadnienia z prawa pracy.
	Wybrane zagadnienia z 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 podstawowych 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
Praktyka zawodowa	Ustrój prawny (moduł obowiązkowy) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forma prawno-organizacyjna</li> <li>• Forma własności</li> <li>• Akty prawne (zewnętrzne)</li> <li>• Akty prawne (wewnętrzne)</li> </ul>
	Organizacja (moduł obowiązkowy) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktura organizacyjna</li> <li>• Komórki organizacyjne</li> <li>• Kultura organizacyjna</li> </ul>
	Zarządzanie operacyjne (moduł obowiązkowy) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zasoby ludzkie, kapitałowe, informacyjne, naturalne</li> <li>• Procesy główne, pomocnicze, podstawowe</li> <li>• Metody, techniki i narzędzia zarządzania</li> <li>• Styl kierowania</li> <li>• Zarządzanie zasobami ludzkimi</li> <li>• Zarządzanie jakością</li> <li>• Finanse i rachunkowość</li> <li>• Marketing</li> </ul>
	Zarządzanie strategiczne (moduł obowiązkowy) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wartości przedsiębiorstwa (misja, wizja, cele strategiczne)</li> <li>• Potencjał wewnętrzny</li> <li>• Otoczenie przedsiębiorstwa</li> <li>• Kierunki rozwoju (strategie ogólna, konkurencyjne i funkcjonalne)</li> <li>• Model biznesu</li> </ul>

	<p>Moduł do wyboru:</p> <p>1. Zarządzanie rozrywką</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Badanie rynku rozrywki</li> <li>• Komponowanie i plasowanie oferty rozrywkowej</li> <li>• Planowanie i organizowanie pracy</li> <li>• Wykorzystywanie nowoczesnych narzędzi marketingu</li> <li>• Aktywna sprzedaż produktów rozrywki</li> <li>• Planowanie i organizowanie przedsięwzięć</li> <li>• Polityka cenowa</li> <li>• Analiza efektywności podmiotów rozrywki</li> <li>• Obsługa aplikacji informatycznych, dedykowanych podmiotom rozrywki</li> <li>• Zarządzanie bezpieczeństwem w podmiocie rozrywki</li> <li>• Organizowanie spotkań biznesowych</li> <li>• Inne zadania wyznaczone przez osoby opiekujące się praktykantem w podmiocie</li> </ul> <p>2. Ekoturystyka:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Badanie rynku ekoturystycznego</li> <li>• Komponowanie i plasowanie oferty ekoturystycznej</li> <li>• Aktywna sprzedaż produktów ekoturystycznych</li> <li>• Planowanie i organizowanie przedsięwzięć ekoturystycznych</li> <li>• Stosowanie nowoczesnych narzędzi marketingu turystycznego, w tym terytorialnego</li> <li>• Obsługa aplikacji informatycznych dedykowanych turystyce</li> <li>• Inne zadania wyznaczone przez osoby opiekujące się praktykantem w podmiocie</li> </ul>
Seminarium magisterskie 1	Metodologia pisania pracy magisterskiej
Seminarium magisterskie 2	Prezentacja studiów literaturowych do przyjętego tematu pracy Omówienie napisanej części pracy mgr
Seminarium magisterskie 3	Charakterystyka zawartości wyszczególnionych części (rozdziałów) pracy Omówienie metodologii badań własnych Omówienie wyników badań własnych Omówienie całości pracy Omówienie całości pracy po korektach
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	Aksjologiczne podstawy gospodarowania i etyki biznesu Audyty etyczne organizacji Etyka biznesu Kodeksy i programy etyczne
	Etyczne aspekty turystyki i rekreacji
Modele i strategie biznesu turystycznego	Geneza, istota strategii i zarządzania strategicznego

	Kontrola strategiczna
	Przykładowe strategie rozwoju wybranych przedsiębiorstw turystycznych oraz obszarów recepcyjnych
	Koncepcje zarządzania strategicznego
	Rodzaje i systemy strategii zarządzania
	Analiza strategiczna – istota, cele i metody
	Analiza potencjału wewnętrznego przedsiębiorstwa turystycznego
	Analiza mikrootoczenia przedsiębiorstwa turystycznego
	Analiza makrootoczenia przedsiębiorstwa turystycznego
	Planowanie strategiczne
	Implementacja strategii
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)
	Test sprawdzający (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

	Omówienie zajęć, prezentacje biznesplanów oraz kolokwium praktyczne
	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
Turystyczne formy aktywności	Zapoznanie studentów z założeniami, celami, efektami kształcenia oraz warunkami zaliczenia przedmiotu. Rozumienie zajęć outdoor i ich idei. Podstawa metody zajęć outdoor. Cele i motywy wprowadzania zajęć outdoor. Typy zajęć outdoor.
	Możliwość wykorzystania turystycznych form aktywności – w tym szczególnie form aktywnych, ekstremalnych i przygodowych – w turystyce motywacyjnej, korporacyjnej i innych formach turystyki. Zasady organizacji imprezy turystycznej o podwyższonym stopniu ryzyka.
	Programowanie imprezy o podwyższonym stopniu ryzyka, której treść stanowią turystyczne formy aktywności (ekstremalne i przygodowe) realizowanej w różnych celach (szkoleniowym, motywacyjnym,

	<p>integracyjnym itp.). Przydzielenie studentom zadań związanych z organizacją ww. imprezy (podczas zajęć zablokowanych wyjazdowych).</p> <p>Monitoring stopnia realizacji zadań przydzielonych studentom w ramach organizacji imprezy (podczas zajęć zablokowanych wyjazdowych). Prezentacja materiałów koniecznych do świadomego i bezpiecznego udziału studentów w imprezie o podwyższonym stopniu ryzyka, której treść stanowią turystyczne formy aktywności (ekstremalne i przygodowe). Analiza konspektów zajęć ukierunkowanych na realizację różnych celów (szkoleniowego, motywacyjnego, integracyjnego itp.)</p> <p>Praktyczna weryfikacja realizacji zadań z etapu programowania podczas etapu realizacji imprezy (zajęć zablokowanych wyjazdowych) o podwyższonym stopniu ryzyka, której program ukierunkowany jest na realizację różnych celów (szkoleniowego, motywacyjnego, integracyjnego itp.) Praktyczne zapoznanie z ekstremalnymi i przygodowymi formami aktywności turystycznej (park linowy, jazda konna, ruady, gra scenariuszowa, itp.). (T)</p>
Turystyka zrównoważona	<p>Geneza i znaczenie pojęcia turystyki zrównoważonej</p> <p>Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej</p> <p>Zagospodarowanie obszarów turystycznych i zarządzanie ruchem turystycznym zgodnie z ideą turystyki zrównoważonej</p> <p>Turystyka kontrowersyjna</p> <p>Formy turystyki bliskie idei turystyki zrównoważonej</p> <p>Turystyka zrównoważona i odpowiedzialna w praktyce</p> <p>Turysta a podróżnik</p>
Współczesne trendy w rozwoju turystyki i rekreacji	<p>Turystyka jako czynnik przemian ekonomicznych i społecznych. Korzystne i niekorzystne światowe trendy dla rozwoju turystyki. Główne segmenty rynkowe w turystyce. Kluczowe typy wyjazdów turystycznych.</p> <p>Psychologiczne i socjologiczne aspekty formowania nowych trendów w turystyce i rekreacji. Przemiany kulturowe powodowane przez turystykę. Nowe tendencje w turystyce jako efekt postępu technicznego.</p> <p>Zrównoważony rozwój w turystyce. Turystyka przyrodnicza a turystyka oparta o zasoby przyrodnicze. Ekoturystyka. Turystyka zrównoważona, Turystyka alternatywna.</p> <p>Turystyka przygodowa i jej formy. Turystyka i rekreacja ekstremalna. Odrywanie nowych przestrzeni dla eksploracji turystycznej. Przełamywanie barier w turystyce i rekreacji.</p> <p>Nowe trendy w turystyce i rekreacji eventowej. Gry terenowe i ich ewolucja. Gry fabularne typu LARP. I Gry miejskie. Geocasing. Flashmob i inne współczesne zjawiska kulturowe w rekreacji wykreowane w erze internetu.</p> <p>Turystyka kulturowa a turystyka miejska. Turystyka kultury wysokiej. Turystyka edukacyjna. Powszechna turystyka kulturowa i jej formy: turystyka etniczna, turystyka obiektów przemysłowych, turystyka kulinarna, turystyka religijna i pielgrzymkowa. Pobytu w parkach tematycznych oraz w parkach rozrywki. Czarna turystyka.</p> <p>Formy turystyki ekskluzywnej. Turystyka lotnicza. Myślistwo jako forma turystyki i rekreacji. Turystyka konna. Żeglarstwo jachtowe. Żeglarstwo deskowe. Luksusowe rejsy pasażerskie. Turystyka</p>

	kosmiczna jako wyzwanie turystyki w przyszłości. Infrastruktura turystyki kosmicznej. Pojazdy i hotele orbitalne. Wymogi dla kandydatów turystyki kosmicznej.
	Turystyka biznesowa i jej formy. Infrastruktura dla turystyki biznesowej. Turystyka kongresowa. Rekreacyjna oferta komplementarna dla turystyki biznesowej. Turystyka golfowa. Wyjazdy po zdrowie i dobre samopoczucie „well-being tourism”. Turystyka zdrowotna a turystyka uzdrowiskowa. Wyjazdy do spa.
	Odpowiedź na istniejące potrzeby turystyczne jak i generowanie nowych potrzeb w turystyce i rekreacji jako główne wyzwanie współczesnego marketingu.
Zarządzanie projektem UE w turystyce i rekreacji	Pojęcie projektu UE
	Harmonogram projektu
	Plan wykorzystania zasobów
	Budżetowanie projektu
	Omówienie zajęć, prezentacje projektów, kolokwium
	Metodyka zarządzania projektem UE
	Ewaluacja, monitorowanie i kontrola projektów europejskich
	Zarządzanie zespołem projektowym
	Tworzenie projektu w oparciu o metodykę PCM. Analiza interesariuszy
	Analiza problemów
	Analiza celów
	Analiza i wybór strategii
	Matryca logiczna
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystyczno-rekreacyjnym	Pojęcie przedsiębiorstwa turystycznego
	Wybrane koncepcje, metody i techniki zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym
	Charakterystyka rodzajowa przedsiębiorstw turystycznych: przedsiębiorstwa hotelarskie, biura podróży
	Wymogi związane z podejmowaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej w turystyce i rekreacji
	Omówienie zajęć, prezentacje projektów, kolokwium
	Atrybuty współczesnego przedsiębiorstwa turystycznego – cechy, cele funkcje
	Typologia przedsiębiorstw turystycznych – forma własności, forma prawno-organizacyjna, miejsce w turystycznym łańcuchu wartości, wielkość, stopień integracji, przedmiot działalności
	Otoczenie współczesnego przedsiębiorstwa turystycznego
	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

*\*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 II stopniu kierunku Turystyka i rekreacja:

- Ekoturystyka
- Zarządzanie rozrywką

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

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

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

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 51,7 (52%)
	STUDIA NIESTACJONARNE 42,6 (43%)
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 76,3 (76%)
	STUDIA NIESTACJONARNE 71,9 (72%)
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	Nie dotyczy
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	61 (61%)
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20

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

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego, co zgodnie z wymaganiami programowymi dla studiów II stopnia jest odzwierciedleniem ich zawodowego charakteru. Zgodnie z obowiązującym Regulaminem studiów Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe (są bowiem przedmiotem w

programie studiów). Zasady organizacji i zaliczania praktyk zawodowych określone są w Regulaminie Praktyk Zawodowych. W ramach praktyk rokrocznie z Wydziałem Finansów i Zarządzania we Wrocławiu współpracuje około czterystu podmiotów gospodarczych.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów II stopnia to min. 480 godzin/12 tygodni (zaliczane w jednym semestrze). Na studiach II stopnia praktykom przypisanych jest 20 punktów ECTS.

Istnieją dwa rozwiązania dotyczące organizacji praktyk: student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni przy wyborze miejsca praktyki lub może ją zorganizować we własnym zakresie. W przypadku organizacji praktyk za pośrednictwem uczelni student wybiera pracodawcę z listy przygotowanej przez uczelnię. Biuro Karier stale pozyskuje nowe firmy, które deklarują chęć współpracy przy organizacji praktyk poprzez konsultacje z Menedżerem Kierunku, członkami Rady Biznesu dla kierunku, Związkami Pracodawców na Dolny Śląsku, instytucjami publicznymi, pracodawcami zgłaszającymi oferty pracy, staży, praktyk. W przypadku indywidualnej organizacji praktyk student jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji konkretnych modułów przewidzianych dla praktyk w danej placówce/firmie/instytucji. Deklaracja zawiera ponadto dane pracodawcy niezbędne do przygotowania porozumienia oraz późniejszego kontaktu z nim podczas praktyki w celu jej monitorowania. Niezależnie jednak od formy organizacji praktyk (czy poprzez uczelnię, czy indywidualnie) zasady odbywania praktyki są jednakowe. Do każdej praktyki jest podpisywane trójstronne porozumienie – stronami są uczelnia, pracodawca i student, co zapewnia transparentność procesu organizacji praktyk, a także określa jasno zasady i warunki realizacji praktyk u pracodawcy, obowiązki każdej ze stron. Studenci przed praktyką zobligowani są do odebrania dokumentów na praktykę (skierowanie wraz z spersonalizowanymi dokumentami – wystandaryzowanym zaświadczeniem, które na koniec praktyki wypełnia tzw. opiekun praktyki ze strony firmy oraz sprawozdanie, które wypełnia po praktyce student).

Przy wyborze przez studenta miejsca praktyki brane są pod uwagę:

- kierunek studiowania,
- możliwość realizacji programu praktyk,
- predyspozycje studenta oraz jego preferencje.

Studenci, z wyłączeniem studentów specjalizacji przygotowanie do wykonywania zawodu nauczyciela, mogą odbywać praktykę w systemie ciągłym – jednorazowo lub częściowo od II roku studiów. Realizacja praktyk na I roku studiów możliwa jest wyłącznie na pisemny wniosek studenta i za zgodą Dziekana.

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmuje się Biuro Karier. Do opieki nad studentami z poszczególnych kierunków dedykowani są pracownicy Biura Karier.

Praktyka jest zaliczana na podstawie zaświadczenia o odbyciu praktyk, raportu z odbytych praktyk przygotowanych wspólnie przez opiekuna i studenta-praktykanta (weryfikacja efektów uczenia się), karty pracy, sprawozdania studenta z praktyk, które to dokumenty student składa po odbyciu praktyki. Komplet dokumentów jest dostarczany do Biura Karier, następnie są one przekazywane do opiekuna praktyk zawodowych z ramienia Uczelni. Zgodnie z Zarządzeniem Dziekana opiekunem może być Menedżer kierunku lub osoba wskazana przez niego. Opiekun ściśle współpracuje z dedykowanym temu kierunkowi pracownikiem Biura Karier, który jest pośrednikiem pomiędzy nim a opiekunem z firmy. Zadaniem opiekuna praktyk z ramienia Uczelni jest ocena osiągniętych efektów uczenia się na praktyce zgodnie z kierunkiem studiów. Finalnie praktykę zalicza Dziekan na podstawie rekomendacji opiekuna praktyk zawodowych z ramienia uczelni.

Regulamin praktyk przewiduje możliwość zaliczenia praktyki bądź jej części na podstawie stażu pracy w branży i firmie, której działalność wiąże się tematycznie i merytorycznie z kierunkiem studiów i programem praktyk na danym kierunku.

Studenci, którzy pracują/pracowali zawodowo lub wykazywali różne aktywności (np. realizowali staż lub wolontariat) zgodnie z kierunkiem studiów mają możliwość zaliczenia wykonywanej pracy jako praktyki, jednak jest to bardzo szczegółowo analizowane. W tym celu zobligowani będą do udokumentowania wykonywanej pracy, przy czym czas pracy na danym stanowisku nie może być krótszy niż liczba tygodni, o zaliczenie których ubiega się



student. Decyzję o zaliczeniu praktyki i jej wymiarze podejmuje Dziekan na podstawie rekomendacji opiekuna praktyk z ramienia uczelni. Sposób weryfikacji i zaliczenia uzyskanych efektów uczenia się odbywa się w taki sam sposób, jak dla osób realizujących praktykę zawodową. Szczegóły związane z wymogami formalnymi przedstawianej sytuacji zawodowej reguluje Regulamin Praktyk.

Program praktyk obejmuje moduły: obowiązkowy i do wyboru. W semestrze, w którym w planie studiów przewidziana jest zaliczenie praktyk, student powinien realizować równolegle zarówno moduł obowiązkowy (8 tygodni/360 godzin) oraz jeden moduł do wyboru (4 tygodnie/120 godzin).

Realizacja efektów uczenia się przewidzianych dla modułu obowiązkowego zakłada pozyskanie i uzupełnienie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie treści programowych dotyczących uwarunkowań instytucjonalno-organizacyjno-prawnych placówki przyjmującej oraz rozwijane i doskonalone kompetencji transferowalnych (ogólnopracowniczych).

Moduły do wyboru stanowią rozwinięcie modułu obowiązkowego w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych niezbędnych do wykonywania określonych ról i funkcji zawodowych w środowisku pracy związanych z wybranym kierunkiem.

#### **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 pozwala 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>Lp.</b>	<b>Przedmiot</b>	<b>Semestr</b>	<b>ECTS</b>
1	Język obcy w turystyce i rekreacji B2+	II	5
2	Praktyczne aspekty prawa	I	3
3	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	I	3
4	Praktyka zawodowa	IV	20
5	Seminarium magisterskie	II-IV	10
6	Aktywna sprzedaż produktów turystycznych	II	3
7	Etyka biznesu turystycznego i rekreacyjnego	II	2

8	Modele i strategie biznesu turystycznego	I	3
9	Narzędzia informatyczne wykorzystywane w turystyce i rekreacji	II	2
10	Polityka turystyczna i rekreacyjna	I	3
11	Praca grupowa i budowanie zespołu	I	3
12	Przedsiębiorczość w turystyce i rekreacji	II	2
13	Regiony turystyczne	II	3
14	Turystyczne formy aktywności	II	3
15	Turystyka zrównoważona	II	2
16	Współczesne trendy w rozwoju turystyki i rekreacji	II	2
17	Zarządzanie projektem UE w turystyce i rekreacji	I	3
18	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystyczno-rekreacyjnym	I	3
19	Przedmioty specjalnościowe	III-IV	25

#### Studia niestacjonarne:

Lp.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1	Język obcy w turystyce i rekreacji B2+	II	5
2	Praktyczne aspekty prawa	I	3
3	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	I	3
4	Praktyka zawodowa	IV	20
5	Seminarium magisterskie 1	II-IV	10
6	Aktywna sprzedaż produktów turystycznych	II	3
7	Etyka biznesu turystycznego i rekreacyjnego	II	2
8	Modele i strategie biznesu turystycznego	I	3
9	Narzędzia informatyczne wykorzystywane w turystyce i rekreacji	II	2
10	Polityka turystyczna i rekreacyjna	I	3
11	Praca grupowa i budowanie zespołu	I	3
12	Przedsiębiorczość w turystyce i rekreacji	II	2
13	Regiony turystyczne	II	3
14	Turystyczne formy aktywności	II	3
15	Turystyka zrównoważona	II	2
16	Współczesne trendy w rozwoju turystyki i rekreacji	II	2
17	Zarządzanie projektem UE w turystyce i rekreacji	I	3
18	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystyczno-rekreacyjnym	I	3
19	Przedmioty specjalnościowe	III-IV	25