



Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku
turystyka
studia drugiego stopnia

Studia: stacjonarne, niestacjonarne
Profil: praktyczny

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Turystyka	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia drugiego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne, niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	120	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 1498	Studia niestacjonarne 1196
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych.	480	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2022/23, październik 2022	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza – absolwent zna i rozumie		
TUR_II_W01	miejsce i znaczenie turystyki w systemie nauk, jej przedmiotowe i metodologiczne oraz interdyscyplinarne relacje z innymi dziedzinami i dyscyplinami naukowymi	P7S_WG
TUR_II_W02	system gospodarki turystycznej w różnych skalach, jego wewnętrzną strukturę, typowe rodzaje instytucji i powiązania w nim zachodzące; otoczenie systemu gospodarki turystycznej i jego relacje zewnętrzne	P7S_WG
TUR_II_W03	zasady i prawidłowości funkcjonowania krajowego i międzynarodowego rynku turystycznego oraz relacje występujące między uczestnikami rynku; zagadnienia organizowania, funkcjonowania i zarządzania przedsiębiorstwami turystycznymi oraz usług zdrowotnych w warunkach konkurencji rynkowej	P7S_WG
TUR_II_W04	funkcje turystyki i aktywnych jej form, procesy społeczne i gospodarcze oraz uwarunkowania determinujące rozwój turystyki oraz rządzące nimi prawidłowości	P7S_WG P7S_WK
TUR_II_W05	w stopniu zaawansowanym zagadnienia dotyczące człowieka jako podmiotu i kreatora aktywności turystycznej, podejmującego decyzje ekonomiczne i działającego w różnych strukturach i jednostkach społecznych i organizacyjnych, pogłębione w odniesieniu do wybranych obszarów wiedzy	P7S_WG P7S_WK
TUR_II_W06	w stopniu zaawansowanym wybrane metody i narzędzia opisu odpowiednie dla nauk o turystyce, metody i instrumenty stosowane w zarządzaniu przedsiębiorstwami turystycznymi, planowaniu strategicznym, modelach rozwoju turystyki	P7S_WG

TUR_II_W07	reguły i normy (prawne, organizacyjne, etyczne) organizujące-struktury, instytucje i podmioty funkcjonujące na rynku turystycznym	P7S_WK
TUR_II_W08	proces ewolucji gospodarki turystycznej, przyczyny, mechanizmy i konsekwencje zmian	P7S_WG P7S_WK
TUR_II_W09	poglądy na temat struktur i procesów ich zmian, instytucji i podmiotów gospodarki turystycznej oraz przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian	P7S_WG P7S_WK
TUR_II_W10	pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej, a także konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	P7S_WK
TUR_II_W11	zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, w szczególności w turystyce, wykorzystując wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości	P7S_WK
Umiejętności – absolwent potrafi		
TUR_II_U01	prawidłowo wykorzystywać posiadaną wiedzę do interpretacji i wyjaśniania zjawisk i procesów zachodzących w turystyce i rekreacji oraz wzajemnych relacji między nimi a zjawiskami społecznymi, gospodarczymi kulturowymi, politycznymi, prawnymi i przestrzennymi	P7S_UW
TUR_II_U02	wykorzystać wiedzę teoretyczną i ocenić jej przydatność w praktyce do szczegółowego opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk specyficznych w turystyce, formułować własne opinie i dobrać krytycznie dane, metody i narzędzia analiz w powiązaniu z wybraną specjalnością	P7S_UW
TUR_II_U03	właściwie formułować i weryfikować hipotezy w analizie wybranych problemów wdrożeniowych, specyficznych dla gospodarki czasu wolnego	P7S_UW
TUR_II_U04	wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, planować działania rozwojowe w dziedzinie turystyki i aktywnych jej formach, przewidywać ich możliwe skutki z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi badawczych, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	P7S_UW
TUR_II_U05	w stopniu zaawansowanym posługiwać się w praktyce normami prawnymi, etycznymi, zawodowymi organizującymi działalność przedsiębiorstw turystycznych i podmiotów oferujących usługi rekreacyjne i zdrowotne	P7S_UW
TUR_II_U06	wykorzystywać zdobytą wiedzę w różnych zakresach i formach, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy oraz o umiejętności nabyte podczas praktyki zawodowej	P7S_UW
TUR_II_U07	samodzielnie proponować rozwiązania konkretnego problemu w oparciu o zdobytą wiedzę, podejmować rozstrzygnięcia i wdrażać proponowane rozwiązania	P7S_UW
TUR_II_U08	współdziałać i pracować w zespole, przyjmując w nim różne role, w tym rolę lidera	P7S_UO
TUR_II_U09	przygotować i prowadzić wystąpienia i dyskusje w języku polskim i obcym w zakresie problemowym związanym z turystyką	P7S_UK
TUR_II_U10	planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
TUR_II_U11	posługiwać się językiem obcym, w tym specjalistyczną terminologią z zakresu studiowanego kierunku, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
Kompetencje społeczne – absolwent jest gotów do		
TUR_II_K01	dokonania krytycznej samooceny stanu swojej wiedzy i umiejętności z zakresu turystyki oraz rozwijania swojego dorobku zawodowego	P7S_KK P7S_KR
TUR_II_K02	doceniania znaczenia wiedzy i zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów poznawczych i praktycznych	P7S_KK

TUR_II_K03	myślenia i działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy	P7S_KO
TUR_II_K04	inicjowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego oraz inspirowania innych do podejmowania tego typu przedsięwzięć	P7S_KO
TUR_II_K05	brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z wykonywaną pracą i pełnioną rolą zawodową, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych	P7S_KO
TUR_II_K06	przestrzegania, promowania i rozwijania zasad etyki zawodowej, a także podtrzymywania etosu zawodów związanych ze studiowanym kierunkiem	P7S_KR

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

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

Symbol efektu kształcenia	Socjologia czasu wolnego	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	Praktyczne aspekty prawa	Analiza i interpretacja danych statystycznych	Współczesne koncepcje zarządzania	Etyka w biznesie	Język obcy I z elementami języka specjalistycznego	Język obcy II z elementami języka specjalistycznego	Polityka turystyczna	Strategie rozwoju turystyki	Produkt turystyczny	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	Zarządzanie marką	Regiony turystyczne Polski	World Tourism Regions	Zarządzanie jakością w turystyce	Badanie i analiza rynku turystycznego	Współczesne trendy w turystyce i rekreacji	Rozwój zrównoważony	Negocjacje i protokół dyplomacyjny	Seminarium magisterskie	Wykłady do wyboru - System ocen i motywowania pracowników - ujęcie praktyczne	Wykłady do wyboru - Techniki sprzedaży w turystyce	Wykłady do wyboru - Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	Praktyka zawodowa	Praktyka zawodowa - dyplomowa
T II W01	x														x	x	x				x	x		x		x
T II W02	x								x	x				x	x				x						x	x
T II W03		x					x	x				x		x												x
T II W04	x				x				x		x	x		x				x								
T II W05	x									x										x		x				
T II W06			x	x							x	x	x			x	x				x			x	x	
T II W07			x		x	x													x	x						
T II W08	x				x				x	x	x			x						x						
T II W09	x		x							x								x								
T II W10																										
T II W11					x																					x
T II U01	x	x		x	x				x	x	x	x		x	x				x	x		x			x	
T II U02	x	x		x	x	x			x		x		x	x	x				x			x	x			
T II U03																										x
T II U04				x	x		x	x								x	x				x	x			x	x
T II U05			x			x												x	x	x						x
T II U06					x							x									x	x		x	x	x
T II U07										x		x				x										
T II U08							x	x			x			x						x						x
T II U09							x	x		x											x					
T II U10	x								x								x									
T II U11							x	x							x											
T II K01				x	x							x		x	x	x					x				x	x
T II K02					x	x			x									x		x		x	x		x	x
T II K03										x											x					
T II K04				x	x		x										x									
T II K05										x	x															
T II K06		x	x			x	x						x													

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

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE
Socjologia czasu wolnego	Charakterystyka socjologii, jako nauki społecznej. Czas wolny i jego społeczno-ekonomiczne uwarunkowania. Funkcje czasu wolnego (odpoczynek, zabawa, rozrywka, rekreacja, samodoskonalenie). Kultura w czasie wolnym (kultura masowa, kultura życia codziennego, kultura wczasów). Instytucjonalizacja czasu wolnego (stowarzyszenia kultury fizycznej, turystyki i sportu). Czas wolny z perspektywy socjologii pracy (aktywność zawodowa, czas walny, czas wolny seniorów).
Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	Podstawowe cele przedmiotu obejmują współczesne problemy społeczno-gospodarcze, przekazanie określonego quantum teoretycznej i praktycznej wiedzy ekonomicznej, tak aby, umożliwić studentom zrozumienie przyczynowo-skutkowych współzależności występujących we współczesnej gospodarce światowej, zapoznać studentów z procesami rozwoju społeczno-gospodarczego zachodzącymi na świecie, wskazać na istnienie zjawiska nierówności społeczno-gospodarczych, kształtować umiejętności wykorzystania przez studentów wiedzy ekonomicznej w praktyce.
Praktyczne aspekty prawa	Zapoznanie z najważniejszymi regulacjami dotyczącymi prowadzenia działalności gospodarczej ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień z sektora turystyki. Prezentowana problematyka szczególnie nacisk kładzie na aspekt praktyczny, zaznajamiając słuchaczy zarówno z problematyką formy prowadzenia działalności gospodarczej jak i szerokim spektrum.
Analiza i interpretacja danych statystycznych	Przekazanie wiedzy na temat powszechnie akceptowanymi metodami charakteryzowania zbiorowości (opis statystyczny, wnioskowanie statystyczne) z uwzględnieniem struktury, współzależności oraz dynamiki zjawisk.
Współczesne koncepcje zarządzania	Zapoznanie z kluczowymi koncepcjami zarządzania. Przekazanie wiedzy z zakresu ewolucji teorii i paradygmatów zarządzania w przedsiębiorstwach na przestrzeni dziesięcioleci. Przedstawienie podstawowych mechanizmów wykorzystywanych przez zarządzających, w zależności od sytuacji otoczenia. Wskazanie na kluczowe narzędzia i techniki poszczególnych koncepcji zarządzania oraz ich skuteczność.
Business Ethics	Wykład służy zapoznaniu z pochodzeniem, podstawami teoretycznymi, instrumentarium pojęciowym, proponowanymi rozwiązaniami, dyskutowanymi dylematami oraz efektywnością praktyczną etyki w zarządzaniu. Zasadniczym celem wykładu jest przedstawienie studentom istnienia moralnej strony i etycznej problematyczności wielu działań o charakterze ekonomicznym, finansowym, biznesowym, marketingowym, menedżerskim i gospodarczym. Etyka ta sprzyja pobudzeniu moralnej refleksji i wrażliwości w kontekście wymienionych pól ludzkiej aktywności. Treści wykładu wskazują również, że działania biznesowo-zarządcze odznaczają się silnym oddziaływaniem społecznym..
Język obcy I i II z elementami języka specjalistycznego	Student posługuje się językiem obcym, w tym w zakresie nomenklatury turystycznej, zarówno w mowie jak i w piśmie, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.
Polityka turystyczna	Przedmiot obejmuje znajomość pojęć i terminów z zakresu turystyki i rozpoznawanie zjawisk i procesów turystycznych, umiejętność identyfikowania determinant rozwoju turystyki, rozumienie mechanizmów gospodarczych w obszarze makro- i mikroekonomii; rozpoznawanie zasad funkcjonowania podmiotów rynkowych; ocena zjawisk gospodarczych na podstawie wskaźników ekonomicznych.

Strategie rozwoju turystyki	Zagadnienia tego przedmiotu obejmują uwarunkowania i procedury tworzenia strategii rozwoju turystyki. Przedstawione zostaną fazy budowy strategii: misja, diagnoza prospektywna, analiza strategiczna, scenariusze wariantowe, cele główne i szczegółowe oraz programy działania. Ponadto studenci nabędą wiedzę na temat miejsca turystyki w planowaniu strategicznym oraz zapoznają się wybranymi strategiami regionalnymi wykorzystującymi elementy potencjału turystycznego do rozwoju wybranych form turystyki.
Produkt turystyczny	Przedmiot przygotowuje studentów do kreatywnego tworzenia oraz sprzedaży i obsługi produktów turystycznych. Zajęcia mają dostarczyć odpowiedzi na podstawowe pytanie, w jaki sposób tworzy się produkty turystyczne oraz zarządza całością procesów przy ich obsłudze i sprzedaży. Student pozna również współczesne koncepcje tworzenia i zarządzania produktami turystycznymi na poziomie produktów dla różnych segmentów turystycznych oraz trendy w rozwoju produktów turystycznych w Polsce i na świecie.
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności z zakresu specyfiki zarządzania przedsiębiorstwami turystycznymi ze szczególnym uwzględnieniem strategicznych aspektów ich funkcjonowania, kreatywnego rozwiązywania menedżerskich zagadnień problemowych w obszarze turystyki.
Zarządzanie marką	Przedmiot obejmuje umiejętności i wiedzę na temat. rynkowej wartości marki, jej zasobów i potencjału marketingowego w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa turystycznego. Zdobywa umiejętności w zakresie kreowania marki i zarządzania marką w turystyce.
Regiony turystyczne Polski	Celem przedmiotu jest poznanie zasad waloryzacji przestrzeni turystycznej oraz delimitacji regionów turystycznych dla potrzeb turystyki. Nabycie umiejętności oceny atrakcyjności turystycznej regionów turystycznych Polski oraz wpływu atrakcyjności regionów na konkurencyjność między nimi.
World Tourism Regions	Przedmiot prowadzony w języku angielskim obejmuje wiedzę i umiejętności zagadnień dotyczących rynków turystycznych, popytu i podaży turystycznej, rynków turystycznych w poszczególnych regionach świata (na różnych kontynentach).
Zarządzanie jakością w turystyce	W ramach przedmiotu student rozwinie umiejętności w zakresie: rozumienia podstawowych pojęć, prawdziwości i problemów zarządzania jakością w tym zarządzania jakością usług oraz systemowego podejścia do zarządzania jakością; rozwiązywania problemów z zakresu zarządzania jakością; stosowania narzędzi i technik wspomagających zarządzanie jakością.
Badanie i analiza rynku turystycznego	Przedmiot dotyczy prezentacji wybranych metod i technik badawczych oraz przybliżeniu sposobu konstrukcji wybranych mierników i wskaźników funkcjonujących w turystyce studenci nabędą umiejętność samodzielnego projektowania, przeprowadzania, analizy i prezentacji badań naukowych w zakresie turystyki. Ich wiedza w zakresie badań i analiz turystycznych będzie pogłębiona i umożliwi im interpretację zjawisk występujących na rynku turystycznym. Praca będzie realizowana na podstawie źródeł danych pierwotnych oraz wtórnych (GUS, Eurostat).
Współczesne trendy w turystyce i rekreacji	Przedmiot obejmuje zapoznanie się z kierunkiem najnowszych zjawisk i trendów zachodzących w turystyce. Ukazanie zależności: zjawisko turystyki - efekt niezwykle złożonych przemian społeczno-gospodarczych współczesnego świata; turystyka jako element tego procesu.
Rozwój zrównoważony	Istota, cele i założenia koncepcji zrównoważonego rozwoju. Rozwój zrównoważony a turystyka. Konkurencyjność sektora/podmiotu w kontekście koncepcji zrównoważonego rozwoju. Bariery rozwoju zrównoważonego. Polityka Unii Europejskiej i krajów członkowskich w zakresie rozwoju zrównoważonego.

	Analiza wybranej strategii rozwoju turystyki pod kątem realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju. Polityka regionalna w zakresie rozwoju zrównoważonego: województwo kujawsko-pomorskie.
Negocjacje i protokół dyplomatyczny	Przedmiot obejmuje obszar wiedzy i komunikacji w środowisku międzynarodowym przy użyciu zasad protokołu dyplomatycznego oraz savoir vivre w szeroko rozumianej działalności turystycznej. Zakres merytoryczny zajęć ma również przybliżyć problematykę umiejętnego rozwiązywania konfliktów międzyludzkich w oparciu o umiejętność negocjowania z uwzględnieniem kontekstu różnic kulturowych.
Seminarium magisterskie	Przygotowanie studenta do realizacji badań własnych w tym naukowego i kreatywnego rozwiązywania problemów z uwzględnieniem dostrzegania i werbalizowania problemów naukowych, formułowania hipotez badawczych, umiejętności właściwego doboru materiału, metod i narzędzi, doboru piśmiennictwa naukowego i korzystania z biblioteki, zasobów piśmiennictwa, w tym rozważnym wykorzystywaniu Internetu, stosowania statystyki, logicznego prezentowania wyników badań i efektywnego przeprowadzenia dyskusji.
Praktyka zawodowa	Celem praktyki realizowanej pod nadzorem opiekuna praktyk jest wprowadzenie do praktycznego wykonywania zawodu, kształcenie umiejętności zastosowania wiedzy teoretycznej zdobytej w trakcie studiów w praktyce, zdobywanie doświadczenia w samodzielnym i zespołowym wykonywaniu obowiązków zawodowych, kształcenie umiejętności rozwiązywania problemów praktycznych, poznanie organizacji pracy odpowiadającej współczesnym przedsiębiorstwom (podmioty prowadzące działalność gospodarczą w branży turystycznej, w których istnieje możliwość wyodrębnienia pionów, komórek, stanowisk lub innych służb specyficznych dla specjalności w ramach kierunku Turystyka), kształcenie wysokiej kultury zawodowej. Student w trakcie praktyki pozyskuje dane, które zostaną wykorzystane przy pisaniu pracy magisterskiej.
Przedmioty specjalnościowe	<p><u>Menedżer eventów i turystyki biznesowej</u> Rynek wydarzeń w Polsce i na świecie. Organizacja i zarządzanie projektem eventowym, sportowo-rekreacyjnym. Współpraca i negocjacje w branży spotkań. Komunikacja marketingowa, PR i media społecznościowe. Nowe technologie i cyfryzacja w sektorze eventowym. Produkcja wydarzeń wirtualnych i hybrydowych. Bezpieczeństwo organizacji wydarzeń. Komunikacja międzykulturowa w biznesie. Menedżer eventów i turystyki biznesowej - ćwiczenia terenowe. Menedżer eventów i turystyki biznesowej - wizyta studyjna.</p> <p><u>Menedżer hotelarstwa i gastronomii</u> Strategie i modele biznesu hotelowego. Kreowanie wizerunku hotelu. Współczesne trendy w hotelarstwie i gastronomii. Zarządzanie jakością usług hotelowych i gastronomicznych. Kompetencje i role organizacyjne menedżera usług turystycznych i hotelarskich. Rachunkowość zarządcza w hotelarstwie i turystyce. Zarządzanie operacyjne w przedsiębiorstwie hotelowym. Organizacja wydarzeń przemysłu spotkań. Hotelarstwo i gastronomia - ćwiczenia terenowe. Przedsiębiorstwo hotelarskie - wizyta studyjna.</p> <p><u>Experience tourism</u> Travel design – projektowanie doświadczeń turystów w podróży. Planowanie i organizacja podróży „szytych na miarę”. Organizacja turystyki aktywnej sportowej i ekstremalnej. Turystyka kulinarna, etnoturystyka i turystyka piwna. Programy zwiedzania oparte na grach (grywalizacja). Turystyka doświadczeń jako strategia rozwoju destynacji turystycznych. Zrównoważony rozwój turystyki „Sustainable tourism”. Komunikacja międzykulturowa w turystyce. Experience tourism – ćwiczenia terenowe. Experience tourism – wizyta studyjna.</p>

Dietetyka w sporcie i rekreacji

Fizjologia żywienia człowieka. Biologiczne uwarunkowania wysiłku fizycznego. Trening personalny w żywieniu. Coaching sportowy. Choroby przewlekłe w aspekcie wysiłku fizycznego. Żywnienie i wspomaganie dietetyczne w różnych dyscyplinach sportu. Suplementy diety w sporcie. Planowanie diety i organizacja żywienia w sporcie i rekreacji. Dietetyka w sporcie i rekreacji - ćwiczenia terenowe. Dietetyka w sporcie i rekreacji - wizyta studyjna.

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności kształcenia dla naboru zimowego 2021/22:

1. Menedżer eventów i turystyki biznesowej
2. Menedżer hotelarstwa i gastronomii
3. Experience tourism
4. Dietetyka w sporcie i rekreacji

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1	Nauki o zarządzaniu i jakości	65
2	Geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna	32
2	Nauki o kulturze fizycznej	3

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 53
	STUDIA NIESTACJONARNE 41-42
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	76-80
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	-
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	62
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	18

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

W programie kształcenia dla kierunku *turystyka* na poziomie studiów drugiego stopnia o profilu praktycznym przewidziano praktyki w wymiarze 480 godzin (12 tygodni), co odpowiada 18 punktom ECTS. Praktyki będą zrealizowane w następujący sposób:

II semestr – 4 tygodnie praktyki zawodowej (160h), co odpowiada 6 punktom ECTS;

III semestr – 4 tygodnie praktyki dyplomowej (160h), co odpowiada 6 punktom ECTS;

IV semestr – 4 tygodnie praktyki zawodowej (160h), co odpowiada 6 punktom ECTS.

Przydzielanie/wybór miejsca praktyki przebiega według poniższych zasad:

- 1) za pośrednictwem Biura Karier – student zobowiązany jest do wypełnienia deklaracji praktyk zawodowych oraz dostarczenia CV w terminie określonym przez Biuro Karier (jednak nie później niż na miesiąc przed rozpoczęciem odbywania praktyki);
- 2) indywidualnie – student zobowiązany jest do wypełnienia deklaracji praktyk zawodowych oraz dostarczenia pisemnej zgody od Praktykodawcy z określeniem terminu i miejsca odbywania praktyki (Porozumienie wstępne w sprawie odbycia praktyk zawodowych) w terminie określonym przez Biuro Karier (jednak nie później niż na miesiąc przed rozpoczęciem odbywania praktyki).

Przy wyborze miejsca odbywania praktyki uwzględnia się, poza studiowaną specjalnością: predyspozycje studenta, jego preferencje, uzyskane wyniki w nauce oraz możliwości Uczelni. Biuro Karier WSB stara się zapewnić studentom możliwość odbywania praktyki w miejscu zamieszkania.

CELE I PROGRAM PRAKTYK ZAWODOWYCH

Nadrzędnym celem praktyk zawodowych odbywanych przez studentów jest wzbogacenie wiedzy teoretycznej o praktyczną znajomość zagadnień związanych ze studiowaną specjalnością. Praktyki zawodowe umożliwiają studentom zdobycie wartościowego doświadczenia zawodowego już w trakcie studiów oraz odgrywają bardzo istotną rolę w osiągnięciu efektów kształcenia związanych z wiedzą i umiejętnościami praktycznymi. Oferują możliwość poznania funkcjonowania przedsiębiorstw oraz charakteru pracy na konkretnych stanowiskach. Ponadto stanowią szansę na zaprezentowanie się studenta potencjalnym pracodawcom. Wśród metod dydaktycznych stosowanych w trakcie praktyk zawodowych (są one również ujęte w karcie przedmiotu) znajdują się m.in. takie jak: obserwacja (w tym obserwacja uczestnicząca), analiza przypadku (omawianie struktur i sposobów funkcjonowania danej organizacji), znajomość i analiza procesów zachodzących w danej instytucji.

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

Metody weryfikacji efektów kształcenia (w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych):

- test, kolokwium
- egzamin pisemny
- egzamin ustny
- projekt
- referat
- prezentacja
- esej
- wypowiedź ustna indywidualna (odpowiedź ustna)
- uczestnictwo w dyskusji
- studium przypadku (case study)
- raport, sprawozdanie z zadania terenowego
- zadania praktyczne
- rozwiązywanie zadań (indywidualne lub zespołowe)
- aktywny udział w zajęciach – wykonywanie poleceń prowadzącego
- egzamin dyplomowy.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Nazwa przedmiotu	ECTS
Socjologia czasu wolnego	3
Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	2
Praktyczne aspekty prawa	3
Analiza i interpretacja danych statystycznych	2
Współczesne koncepcje zarządzania	2
Etyka w biznesie	1
Język obcy I z elementami języka specjalistycznego	6
Język obcy II z elementami języka specjalistycznego	6
Polityka turystyczna	3
Strategie rozwoju turystyki	2
Produkt turystyczny	4
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	3
Zarządzanie marką	3
Regiony turystyczne Polski	4
World Tourism Regions	3
Zarządzanie jakością w turystyce	2
Badanie i analiza rynku turystycznego	2
Współczesne trendy w turystyce i rekreacji	3
Rozwój zrównoważony	2
Negocjacje i protokół dyplomatyczny	3
Wykłady do wyboru	2
Seminarium magisterskie	20
Praktyka zawodowa	18
Przedmioty specjalnościowe	21