

Program studiów cz.1

Ogólna charakterystyka studiów	
Prowadzący obszar (specjalność) studiów:	Katedra Gospodarki Turystycznej
Obszar (specjalność) studiów <i>(nazwa obszaru (specjalności) musi być adekwatna do zawartości programu studiów a zwłaszcza do zakładanych efektów uczenia się)</i>	E-marketing
Poziom kształcenia: <i>(studia pierwszego, drugiego stopnia, jednolite studia magisterskie)</i>	studia pierwszego stopnia
Profil kształcenia: <i>(ogólnoakademicki, praktyczny)</i>	praktyczny
Forma studiów: <i>(studia stacjonarne, studia niestacjonarne)</i>	studia stacjonarne, studia niestacjonarne
Opcjonalnie specyficzne systemy studiów (np. zdalne, dualne)	
Liczba semestrów:	6
Praktyki (łącznie wymiar):	960 godzin w terminie do 6 semestru łącznie
Szkolenie BHP w wymiarze:	4 godzin na początku I semestru, realizowane w ramach modułu Przedmioty kanoniczne
Liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi studiów	180
Łączna liczba punktów ECTS uzyskanych:	
na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	177,5
w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub społecznych:	175
w ramach praktyk:	30
w ramach modułów zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym:	100
za zajęcia realizowane w systemie zdalnym (dotyczy studiów w systemie zdalnym):	
Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej dyscypliny <i>(dotyczy kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny):</i>	
dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości	52% w 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): nauki o komunikacji społecznej i mediach	25% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna	11% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): językoznawstwo	6% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): ekonomia i finanse	2% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): nauki o kulturze fizycznej	2% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): nauki o zdrowiu	1% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): nauki prawne	1% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
Łączny nakład pracy studenta (NPS)	4779
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:	licencjat
Wskazanie, czy w procesie definiowania efektów uczenia się oraz w procesie przygotowania i udoskonalania programu studiów uwzględniono opinie interesariuszy <i>(należy podać z kim z pracodawców są podpisane umowy, odbyły się spotkania; jak są monitorowani absolwenci itd)</i>	Polska Izba Turystyki, Kujawsko-Pomorska Organizacja Turystyczna, Bydgoska Lokalna Organizacja Turystyczna, City Hotel w Bydgoszczy, Biuro Podróżników Flugo, Hotel Mercure - Bydgoszcz Sepia
Wymagania wstępne <i>(oczekiwane kompetencje kandydata – zwłaszcza w przypadku studiów drugiego stopnia)</i>	
Relacja obszar (specjalność) - kierunek	TURYSTYKA I REKREACJA

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się						
Moduły kształcenia	Przedmioty (* - oznacza przedmiot do wyboru)	Zakładane efekty uczenia się	Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się	Rygor zaliczenia	Liczba ECTS	Sposoby weryfikacji zakładanych efektów uczenia się osiągniętych przez studenta
Przedmioty kanoniczne						
Wybrane zagadnienia z ekonomii i przedsiębiorczości	Wybrane zagadnienia z ekonomii i przedsiębiorczości	K_W03,K_W07,K_W11,K_K05,	Wybrane elementy marketingu; Wybrane elementy dotyczące kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa; Wybrane elementy analizy ekonomicznej; Biznes plan metodą LEAN Canvas	Z	1,5	Test na platformie zdalnego nauczania, prace pisemne, ocena nauczycielska, koleżeńska
Bezpieczeństwo i ergonomia pracy	Szkolenie BHP	K_W08,K_U02,K_U06,K_U07,K_K04,	Charakterystyka systemu ochrony pracy w Polsce; Zakres działalności bhp i definiowanie podstawowych pojęć z dziedziny bhp; Zasady ochrony przeciwpożarowej i obowiązków pracodawcy w tym zakresie; Charakterystyka wymagań bezpieczeństwa pożarowego; Charakterystyka głównych elementów ochrony środowiska; Podstawowe zagadnienia związane z zanieczyszczeniami; Charakterystyka działań związanych z utylizacją, recyklingiem i biodegradacją; Działania związane z kształtowaniem: struktury przestrzennej stanowiska pracy, oświetlenia i barw środowiska prac; Elementy systemu kontroli i nadzoru nad prawną ochroną bhp w zakładach pracy	Z	0	Testy na platformie zdalnego nauczania
Podstawy prawa i ochrona własności intelektualnej	Podstawy prawa i ochrona własności intelektualnej	K_W03,K_W07,K_W10,K_U05,K_K04,	Pojęcie prawa i jego funkcje; Koncepcje, system prawa i inne systemy normatywne; System prawa i norma prawna; Normy a przepisy prawne; Tworzenie prawa i hierarchia źródeł prawa; Stosowanie i wykładnia prawa; Charakterystyka podstawowych gałęzi prawa; Własność intelektualna i jej miejsce w systemie prawa; Autorskie prawa osobiste i majątkowe; Ochrona własności przemysłowej; Wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe; Topografia układów skalonych, projekty racjonalizatorskie, oznaczenia geograficzne	Zo	1	Test na platformie zdalnego nauczania
Nowoczesne technologie	Praktyczne podstawy kształcenia zdalnego	K_U13,	Lifelong learning – tempo zmian w otaczającym świecie, metody samodoskonalenia zawodowego; Bezpieczeństwo systemów informatycznych – logowanie do systemów WSG, elementy bezpieczeństwa sieciowego; Praca z systemem LMS – miejsca pojawiania się informacji, źródła wiedzy, metody aktywizacji, metody komunikacji, sposoby weryfikacji efektów kształcenia	Z	0	Testy, ankiety, dyskusja na forum
Kluczowe kompetencje społeczne	Kluczowe kompetencje społeczne	K_W05,K_W08,K_U05,K_U13,K_K01,K_K03,	Relacje społeczne; Asertywność; Radzenie sobie ze stresem; Savoir vivre w komunikacji interpersonalnej i autoprezentacji; Komunikacja interpersonalna; Techniki komunikacji interpersonalnej; Komunikacja międzykulturowa; Autoprezentacja; Techniki prezentacji; Wystąpienia publiczne; Zarządzanie czasem; Negocjacje	Z	2	Praca indywidualna i grupowa na zajęciach; wypowiedzi ustne; testy na platformie ONTE
	Integracja międzykulturowa	K_U09,K_U10,K_U12,K_K03,	Animacja czasu wolnego w kontekście uniwersyteckim jako element integracji międzykulturowej	Z	0,5	

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się						
Język obcy	Język obcy	K_U09,K_U10,K_U11,	<p>Język angielski: Pracownicy, nazwy zawodów i stanowisk; zakres czynności i obowiązków zawodowych; profil działalności firmy; opis produktów i usług; słownictwo związane ze sprzedażą i kupnem, usługami, wyrażenia służące składaniu reklamacji; proces produkcji, etapy; budowanie zespołu, relacje między pracownikami, relacje z przełożonym; regulaminy i zasady; formy zatrudnienia, prowadzenie własnej działalności gospodarczej; pierwsze spotkania i powitania; prowadzenie rozmów telefonicznych; kreowanie logo i wizerunku firmy; zarządzanie czasem; spotkania i zebrania służbowe, tele i videokonferencje; delegowanie zadań i obowiązków; doświadczenie zawodowe, osiągnięcia zawodowe, rynek pracy; proces rekrutacji, rozmowy o pracę, kariera zawodowa; reklama produktów i usług; specyfikacje techniczne produktu; wygląd i projektowanie produktu, przedmiotów użytkowych i budynków; strój służbowy, ubrania i moda; wygląd i ubiór, przymiotniki opisujące charakter i osobowość, cechy charakteru przydatne w pracy; korzystanie z różnych środków transportu, dojazdy do pracy; opis miejsca zamieszkania, wielkie i atrakcyjne miasta, życie, problemy i czas wolny w mieście; podróże, informacja turystyczna, podróże służbowe, noclegi, problemy podczas podróży, w hotelu; wycieczki, zwiedzanie, orientacja w terenie, atrakcje turystyczne; dziedzictwo kulturowe, komunikacja interkulturowa, szok kulturowy; wydarzenia kulturalne, rozrywkowe, rekreacyjne i korporacyjne, targi i wystawy, eventy; praca poza granicami kraju; zainteresowania, słownictwo związane ze sposobami spędzania wolnego czasu; posiłki, nawyki żywieniowe, diety, przygotowywanie i zamawianie posiłków oraz napojów, posiłki poza domem; zmiany zachodzące w stylu życia i pracy, ich tempo i wpływ na człowieka, zachowanie równowagi między życiem prywatnym i zawodowym, bycie asertywnym; słownictwo związane z odkryciami i wynalazkami; innowacje i rozwiązania technologiczne, nazwy urządzeń elektronicznych i gadżetów, słownictwo związane z korzystaniem z urządzeń elektronicznych i Internet, technologie informacyjno-komunikacyjne, media społecznościowe, ich wykorzystywanie przez firmy, profil zawodowy w mediach społecznościowych; bezpieczeństwo w sieci; słownictwo związane z zachowaniem proekologicznym, zagrożeniem i ochroną środowiska naturalnego używaniem wody, energii; pieniądze i finanse, oszczędzanie i wydawanie pieniędzy, rozliczenia finansowe; osiągnięcia zawodowe, osiągnięcia zawodowe, rynek pracy; proces rekrutacji, rozmowy o pracę, kariera zawodowa; reklama produktów i usług; specyfikacje techniczne produktu; wygląd i projektowanie produktu, przedmiotów użytkowych i budynków; strój służbowy, ubrania i moda; wygląd i ubiór, przymiotniki opisujące charakter i osobowość, cechy charakteru przydatne w pracy; korzystanie z różnych środków transportu, dojazdy do pracy; opis miejsca zamieszkania, wielkie i atrakcyjne miasta, życie, problemy i czas wolny w mieście; podróże, informacja turystyczna, podróże służbowe, noclegi, problemy podczas podróży, w hotelu; wycieczki, zwiedzanie, orientacja w terenie, atrakcje turystyczne; dziedzictwo kulturowe, komunikacja interkulturowa, szok kulturowy; wydarzenia kulturalne, rozrywkowe, rekreacyjne i korporacyjne, targi i wystawy, eventy; praca poza granicami kraju; zainteresowania, słownictwo związane ze sposobami spędzania wolnego czasu; posiłki, nawyki żywieniowe, diety, przygotowywanie i zamawianie posiłków oraz napojów, posiłki poza domem; zmiany zachodzące w stylu życia i pracy, ich tempo i wpływ na człowieka, zachowanie równowagi między życiem prywatnym i zawodowym, bycie asertywnym; słownictwo związane z odkryciami i wynalazkami; innowacje i rozwiązania technologiczne, nazwy urządzeń elektronicznych i gadżetów, słownictwo związane z korzystaniem z urządzeń elektronicznych i Internet, technologie informacyjno-komunikacyjne, media społecznościowe, ich wykorzystywanie przez firmy, profil zawodowy w mediach społecznościowych; bezpieczeństwo w sieci; słownictwo związane z zachowaniem proekologicznym, zagrożeniem i ochroną środowiska naturalnego używaniem wody, energii; pieniądze i finanse, oszczędzanie i wydawanie pieniędzy, rozliczenia finansowe;</p>	Zo	6	Praca pisemna Test gramatyczny; test leksykalny; wypowiedź ustna; udział w dyskusji; odgrywanie ról; zadania na zrozumienie tekstu pisanego; zadania na zrozumienie tekstu słuchanego; wykonanie zadań w modułach językowych na platformie edukacyjnej
	Język obcy specjalistyczny	K_U11,	<p>Specjalistyczne teorie i pojęcia z zakresu turystyki i rekreacji, terminologia turystyczna/sytuacyjna/organizacyjna: Tourism industry, Tourism and Recreation, Hotels and Hotel Management, Food and nutrients, Restaurants and bars</p>	Z	2	praca pisemna Test gramatyczny; test leksykalny; wypowiedź ustna; udział w dyskusji; odgrywanie ról; zadania na zrozumienie tekstu pisanego; zadania na zrozumienie tekstu słuchanego; wykonanie zadań w modułach językowych na platformie edukacyjnej
Kultura fizyczna	Wychowanie fizyczne	K_W05,K_U12,	Gry zespołowe; Zajęcia ogólnego rozwoju z elementami koszykówki, siatkówki, piłki ręcznej, piłki nożnej, unihokeju; Fitness	Z	0	Test; samoocena, analiza, obserwacja
Filozofia praktyczna	Etyka	K_U05,K_K01,	Etyka jako nauka; Teleologizm w etyce; Norma moralna; Osoba jako źródło moralności; Sumienie jako norma moralności; Etyka wobec wyzwań współczesności	Zo	0,5	Praca zaliczeniowa – esej; kolokwium
	Wprowadzenie do informacji naukowej	K_W06,K_W10,K_U13,	Pojęcie informacji i jej zastosowanie w nauce; Źródła informacji naukowej; Katalogi i bibliograficzne bazy danych; Bazy nauki; Licencjonowane bazy wiedzy online; Otwarte repozytoria; Wyszukiwanie informacji w sieci Internet; Korzystanie z serwisów tematycznych; Korzystanie z wyszukiwarek naukowych; Użytkowanie multiwyszukiwarek; Korzystanie z bibliotecznych systemów informacyjno-wyszukiwawczych	Z	1	Test na platformie zdalnego nauczania
	Szkolenie biblioteczne	K_W06,K_W10,	System informacyjno-biblioteczny WSG; Biblioteka Główna WSG (lub biblioteki filialne) i jej zbiory w Internecie; Katalogi on-line; Udostępnianie zbiorów; Bazy danych	Z	0	Test na platformie zdalnego nauczania

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się

Elastyczne kształcenie	Pierwsza pomoc przedmedyczna	K_W06,K_W10,	Resuscytacja krążeniowo-oddechowa – algorytmy postępowania; Poszkodowany nieprzytomny; Niedrożność oddechowa; Stany zagrożenia życia związane z układem nerwowym. Objawy i postępowanie; Choroby i stany nagłe wymagające udzielenia pomocy związane z układem oddechowym, z układem krążenia. Objawy i postępowanie; Odmrożenia, oparzenia termiczne, oparzenia chemiczne, porażenie prądem elektrycznym; Rodzaje ran i ich zaopatrzenie, krwotoki; Urazy narządu ruchu, głowy, kręgosłupa; Postępowanie w różnych stanach zagrożenia życia i chorobach. Objawy i postępowanie	Z	1	Test; zadania; obserwacja pracy studentów podczas realizacji ćwiczeń, ocena oraz analiza wykonanych zadań praktycznych
	Specjalistyczne systemy informatyczne	K_W06,K_W10,K_U06,	Funkcje i możliwości programu ProHott , Dokonywanie rezerwacji w systemie ProHott, Meldowanie gości hotelowych , Moduł kasowy, Wymeldowywanie gości, Zmianianie statusu pokoi w module Hosekeeping	Z	1	Test
	Kultura języka polskiego	K_U10,	Kształcenie umiejętności słuchania, mówienia, czytania i pisania w ramach tematyki związanej z życiem co-dziennym i podstawowymi kontaktami społecznymi – nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktu w sytuacjach oficjalnych i nieoficjalnych, udzielanie informacji na temat własnej osoby, robienie zakupów, korzystanie z usług gastronomicznych, transportowych i noclegowych, wyrażanie podstawowych potrzeb w w/w sytuacjach.	Zo	4	Pisemne testy kontrolne, ustne odpowiedzi sprawdzające znajomość gramatyki i słownictwa; pisemne wypowiedzi w ramach zadań domowych, pracy na zajęciach; krótkie wypowiedzi pisemne; praca domowa, praca na zajęciach, pisemne testy kontrolne sprawdzające umiejętność czytania ze zrozumieniem; samoocena, obserwacja; ocena aktywności i zaangażowania na zajęciach, obserwacja pracy w parach lub grupach
	Biznes plan [Business plan]	K_W11,K_U07,K_U09,K_K05,	Określenie źródeł i kosztu finansowania, Określenie otoczenia rynkowego technologicznego i demograficznego, Segment docelowy, Prognozowanie przychodów, kosztów i wyników projektu dotyczącego biznes planu, Budowanie przewagi konkurencyjnej, innowacyjności, Analiza konkurencji, Rachunek zysków i strat, Główne grupy wskaźników: rentowność, płynność, struktura kapitałowo majątkowa, obsługa długu, Zatrudnianie pracowników. Polityka personalna, Finansowanie działalności gospodarczej.	Zo	1	Test, projekt
	E-commerce i Komunikacja marketingowa [Marketing communication]	K_W05,K_W06,K_W07,K_W11,K_U04,	Znaczenie pojęcia e-commerce. Modele biznesowe. Typy e-commerce'a. Strategia e-commerce'a – etapy. Podstawowe narzędzia, strategie marketingu i reklamy w e-commerce. Zalety i wady e-commerce'a. Podstawowe pojęcia zachowań konsumenckich i decyzji zakupowych w Internecie. Jak dotrzeć do klienta. Istota content marketingu. Opisy wspierające sprzedaż – skuteczność i poprawność. Newsletter – charakterystyka. Ważne cechy strony e-sklepu. Komunikacja marketingowa w Internecie i jej główne założenia. Analiza wybranych typów e-commerce	Zo	2	test, udział w dyskusji, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, raport z projektu
	Geografia turystyczna Polski [Polish Tourist Geography]	K_W02,K_W04,K_W09,K_U01, K_U03,K_U04,K_U09,K_U10,	Walory wypoczynkowe – ogólna charakterystyka walorów wypoczynkowych Polski, ważniejsze obszary wypoczynkowe w Polsce, Regiony turystyczne Polski – pojęcie i rodzaje turystycznych , podział Polski na regiony turystyczne, charakterystyka wydzielonych regionów turystycznych Polski, Zagospodarowanie turystyczne Polski – baza noclegowa (rodzaje, wielkość, struktura i rozmieszczenie obiektów), baza gastronomiczna (rodzaje zakładów, wielkość, struktura rodzajowa i przestrzenna), baza towarzysząca, infrastruktura transportowa, Ruch turystyczny w Polsce, Przyrodnicze walory krajoznawcze – podział na 14 rodzajów obiektów krajoznawczych, charakterystyka i rozmieszczenie walorów ukształtowanych bez jakiegokolwiek ingerencji czło-wieka, charakterystyka i rozmieszczenie walorów utworzonych przez człowieka, charakterystyka i rozmieszczenie walorów w których ingerencja człowieka nie wpływa na ich charakter i znaczenie, Antropogeniczne walory krajoznawcze – podział na 11 rodzajów, charakterystyka i rozmieszczenie ważniejszych walorów kulturowych	E, Zo	3	Zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, analiza informacji na zadany temat, kolokwia

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się

<p>Geografia turystyczna Europy (Europe Tourist Geography)</p>	<p>K_W02,K_W04,K_W09,K_U01,K_U13, K_U03,K_U04,K_U09,K_U10,</p>	<p>Europa jako makroregion UNWTO – rola i znaczenie w obsłudze turystyki międzynarodowej. Historia, ewolucja, stan obecny – ruch turystyczny i zagospodarowanie turystyczne - dynamika i perspektywy rozwoju, Przyrodnicze i antropogeniczne uwarunkowania rozwoju turystyki w Europie – analiza czynników zasobowych , Charakterystyka zasobów turystycznych według wybranych krajów regionu europejskiego (zgodnie z podziałem UNWTO) z punktu widzenia rozwoju różnych form turystyki (np. Chorwacja, Grecja, Włochy, Hiszpania, Portugalia, Czechy, Estonia, Austria, Szwajcaria, Francja, Niemcy, Holandia, Norwegia, Turcja, Izrael, Warszawa: Europa - rozmieszczenie i dynamika międzynarodowego ruchu turystycznego w krajach europejskich (według subregionów turystycznych UNWTO), Analiza uwarunkowań (przyrodniczych i kulturowych) rozwoju turystyki w wybranych krajach euro-pejskich (według subregionów), Centra i ośrodki turystyczne – ważniejsze miasta/stolice, ośrodki uzdrowiskowe, ośrodki pielgrzymkowe, ośrodki górskie i nadmorskie, ważniejsze wydarzenia kulturalne, gospodarcze – festiwale (różne kategorie), galerie sztuki, expo itp., Obiekty z listy UNESCO</p>	<p>E, Zo</p>	<p>2</p>	<p>Zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, analiza informacji na zadany temat, kolokwia</p>
<p>Geografia turystyczna świata [World Tourist Geography]</p>	<p>K_W02,K_W04,K_W09,K_U01,K_U13, K_U03,K_U04,K_U09,K_U10,</p>	<p>Regiony turystyczne pozaeuropejskie – ewolucja i rozwój turystyki, charakterystyka uwarunkowań przyrodniczych i kulturowych rozwoju turystyki, typologia atrakcji turystycznych, ośrodków turystycznych, form turystyki, Regiony i subregiony turystyczne - Ameryka Północna i Południowa, Regiony i subregiony turystyczne - Afryka, Azja i Australia, Geografia turystyczna wybranych państw świata – charakterystyka pogłębiona (np. kraje wyspiarskie – raje turystyczne, Birma, Chiny, Indie, Brazylia, Peru, USA i Kanada, Meksyk, Stany Zjednoczone, Australia i Nowa Zelandia, Ośrodki i szlaki turystyki dziedzictwa kulturowego (w tym pielgrzymkowe), Analiza uwarunkowań rozwoju turystyki wybranych Państw świata: podstawowe dane statystyczne: rzeźba terenu, klimat, ludność, powierzchnia, transport, Najważniejsze na skalę światową atrakcje turystyczne naturalne i antropogeniczne, Unikatowe miejsca (np. z listy Unesco), Międzynarodowe centra turystyczne</p>	<p>E, Zo</p>	<p>3</p>	<p>Zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, analiza informacji na zadany temat, kolokwia</p>
<p>Podstawy turystyki [Fundamentals of Tourism]</p>	<p>K_W01,K_W02,K_W04,K_U01, K_U03,K_U08,K_U09,</p>	<p>Podstawowe pojęcia z zakresu turystyki, Uwarunkowania rozwoju turystyki, Historia rozwoju turystyki międzynarodowej, Funkcje i dysfunkcje turystyki, Turystyka – ujęcie systemowe. Podstawy wiedzy o systemie turystyki, Istota współczesnej turystyki. Człowiek jako podmiot ruchu turystycznego, Problemy rozwoju turystyki na płaszczyźnie społeczno-kulturowej i gospodarczej – wybrane przykłady, Zagospod. tur. w różnych skalach – przegląd: skala krajowa i regionalna w planach (rejony wypoczynkowe, obszary krajoznawcze [poznawcze] , szlaki turystyczne o charakterze krajowym i międzynarodowym (lotnicze, drogowe, kolejowe, rowerowe), miejscowości turystyczne: wielkie centra, ośrodki turystyczne, mniejsze zespoły turystyczne, węzły transportu drogowego, kolejowego, lotniczego; itp, rozróżnienie wg pór roku (np. tur. zimowa);- skala lokalna: miejscowości i ośrodki turystyki wypoczynkowej – pobytowe; podmiejskiej weekendowej; turystyki kulturowej (dawna krajoznawcza), rejony, gminy i miejscowości agroturystyczne, odcinki szlaków turyst.; centra obsługi turystycznej; zagospodarowanie tur. jako składowa produktu turystycznego. Zagospod. turystyczne jednostek administr. (gmina, miasto), rejonu, miasta – przykłady. Zagospod. tur. miast, Ocena stopnia zagospodarowania rejonu i miasta na tle atrakcyjności (pojemność turystyczna, przepustowość – limity, optymalne wielkości, przekraczanie) lub intensywny –pojemności turystycznej</p>	<p>E, Zo</p>	<p>5</p>	<p>Zaliczenie ustne, analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo</p>
<p>Podstawy rekreacji [Fundamentals of Recreation]</p>	<p>K_W01,K_W04,K_W05,K_W09,K_U01, K_U03,K_U08,K_U09,K_U10,K_U12,K_K03,</p>	<p>Rekreacja jako stały element zdrowego stanu życia: Rekreacja, Zdrowie, Kultura fizyczna, Aktywność fizyczna – definicja. Rola rekreacji ruchowej w różnych okresach życia człowieka - anafaza, mezofaza, katafaza. Znaczenie rekreacji ruchowej dla organizmu. Aktywność fizyczna jako środek zapobiegania chorobom cywilizacyjnym. Struktura organizacyjna rekreacji ruchowej w Polsce. Charakterystyka instytucji prowadzących działalność rekreacyjną. Rekreacja w miejscu zamieszkania. Metodyka zajęć rekreacyjnych Uwarunkowania wyboru metod w rekreacji. Tworzenie konspektu zajęć. Popularne formy fitness. Podział i rodzaje gier i zabaw. Rodzaje ćwiczeń fizycznych. Formy turystyki kwalifikowanej. Instruktor rekreacji i jego rola w pracy z grupą. Charakterystyka procesu animacji. Animator czasu wolnego – cechy charakteru, czynniki osobowościowe predestynujące do pracy, prestiż zawodu. Organizacja imprezy a bezpieczeństwo uczestników (ćwiczenia). Imprezy rekreacyjne i ich rodzaje. Planowanie imprez rekreacyjnych. Regulamin imprez rekreacyjnych. Bezpieczeństwo na</p>	<p>E, Zo</p>	<p>4</p>	<p>Zaliczenie pisemne, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, udział w dyskusji, ocena nauczycielska</p>

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się

Przedmioty podstawowe	Podstawy hotelarstwa [Fundamentals of Hotel Industry]	K_W01,K_W04,K_W05,K_W09,K_U01, K_U03,K_U08,K_U09,	Hotelarstwo - podstawy teoretyczne, Funkcje i znaczenie hotelarstwa w gospodarce turystycznej, Rozwój i stan aktualny hotelarstwa w Polsce i na Świecie, Podział/klasyfikacja obiektów - charakterystyka rodzajowa podstawowych obiektów bazy noclegowej, usługi hotelarskie – pojęcie, cechy, podział, przykłady usług hotelarskich, Organizacje i stowarzyszenia hotelarskie, Struktury funkcjonalno-organizacyjne w hotelarstwie , Hotelarstwo na świecie i w Polsce stan obecny i trendy w rozwoju, Aspekty i modele gościnności, funkcje hotelu . Klasyfikacja i kategoryzacja obiektów hotelarskich w Polsce, Bezpieczeństwo gości ich mienia, regulamin hotelu, Kodeks Etyki Hotelarza (3 rozdz.)	E, Zo	4	Zaliczenie pisemne, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, analiza informacji na zadany temat
	Podstawy krajoznawstwa [Fundamentals of touring]	K_K01, K_W01,K_W05,K_U01,K_U12,	Funkcje krajoznawstwa, Krajoznawstwo turystyczne, Metodyka krajoznawstwa. Charakterystyka zasad i metod stosowanych w krajoznawstwie turystycznym. Metodyka organizowania i programowania krajoznawstwa turystycznego. Walory i atrakcje krajoznawcze i ich znaczenie dla turystyki w Bydgoszczy. Metodyka prowadzenia imprez turystycznych z warsztatem krajoznawczym przewodnika i pilota wycieczek.	Zo	2	Praca pisemna, udział w dyskusji, wykonywania zadań indywidualnie, ocena nauczycielska i koleżeńska
	Podstawy marketingu [Fundamentals of marketing]	K_W01,K_W03,K_W06,K_W11, K_W04,K_U05,K_U09,K_U10,	Pojęcie i elementy marketingu, Definiowanie marketingu Koncepcja marketingu - mix Marketing jako proces społeczny i zarządczy Funkcje marketingu Marketing tradycyjny i nowoczesny Segmentacja i typologia rynków, Zachowania nabywców, Proces zakupu, Segmenty i nisze rynkowe, Kryteria segmentacji i wybór rynku docelowego, Strategia produktu - Pojęcie produktu, Klasyfikacja produktów, Struktura produktu, Cykl życia produktu, Zarządzanie portfelem produktów, Marka Strategia dystrybucji, Strategia cen, Strategia promocji, Podstawowe zasady marketingu partnerskiego, Identyfikacja orientacji marketingowej organizacji, Segmentacja – identyfikowanie segmentów i nisz rynkowych. Analiza programu marketingowego – koncepcja produktu ceny, dystrybucji, promocji, marketing usług – case studies.	E, Zo	4	Zaliczenie pisemne, udział w dyskusji, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, analiza informacji na zadany temat
	Organizacja gospodarki turystycznej [Organization of tourism sector]	K_W02,K_W03,K_W07,K_W08, K_U01,	Struktura organizacyjna gospodarki turystycznej w Polsce Charakterystyka podmiotów turystycznych wchodzących w skład sektora publicznego, niekomercyjnego i komercyjnego Analiza porównawcza wybranych regionów administracyjnych Polski pod względem ww. sektorów	Zo	2	Test, analiza informacji na zadany temat, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo
	Organizacja turystyki w Polsce i UE	K_W03, K_W04,K_W07, K_W08,K_U01, K_U08	Polityka turystyczna w UE i PL , struktura polityki turystycznej, podmioty, adresaci, modele, instrumenty polityki, kompetencje i zadania podmiotów i instytucji, POT, ROT i LOT - zadania i działania	Zo	2	Zaliczenie pisemne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, praca zaliczeniowa lub prezentacja z wystąpieniem
	Produkt turystyczny [Tourist product]	K_W01,K_W03,K_W04,K_W05,K_W06,K_U01, K_U09,K_U10,K_U12,K_K05,	Zagadnienia wprowadzające: istota i pojęcie produktu turystycznego, składniki i struktura, wymiary, rodzaje i cechy produktu turystycznego. Cykl życia produktu turystycznego – faza przedrynkowa, faza rynkowa. Programowanie rozwoju produktu turystycznego (etapy planowania i wdrożenia/komercjalizacji) produktu. Marketing produktu turystycznego: cena, promocja, dystrybucja produktu. Kreowanie marki produktu turystycznego. Markowe produkty - przykłady. Planowanie produktu turystycznego (etapy konstrukcji produktu turystycznego) Turystyczne produktu markowe na rynku polskim i europejskim	E, Zo	4	Zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, analiza informacji na zadany temat, praca semestralna
	Planowanie turystyczne [Tourist planning]	K_W02,K_W04,K_W07,K_W08,K_U04, K_U07,K_U09,K_U10,	Podstawowe pojęcia związane z programowaniem i planowaniem rozwoju turystyki, Instrumenty planowania w turystyce, Wybrane problemy planowania turystycznego, Rola planowania turystycznego w procesie zarządzania regionem w kontekście zrównoważonego rozwoju , Planowanie turystyczne na obszarach chronionych	Zo	2	Zaliczenie ustne, analiza informacji na zadany temat, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo
	Turystyka kulturowa [Heritage tourism]	K_W01, K_W05,K_U06, K_K01,	Podstawy teoretyczne - . Wokół definicji kultury, pojęcie dziedzictwa kulturowego, Turystyka kulturowa, Profil turysty kulturowego Klasyfikacja turystyki kulturowej, Współczesne trendy w turystyce kulturowe, Turystyczno-kulturowy potencjał Polski i świata - wybrane walory turystyki kulturowej	Zo	3	Zaliczenie ustne, analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji
	Turystyka biznesowa [Business tourism]	K_W03,K_W05,K_U02,K_U07,K_U09,K_U10,	Organizacja spotkań i eventów – podstawowe zasady i reguły tworzenia produktu o. Składowe oferty usługi w turystyce biznesowej, Planowanie oferty – praca o charakterze projektowym (opracowanie koncepcji eventu wraz z propozycją jej wdrożenia)	Zo	1	Kolokwia, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, raport z projektu

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się

Zagospodarowanie turystyczne [Tourism development]	K_W02,K_W04,K_W07,K_W08,K_U04, K_K01, K_U07,K_U09,K_K03,	Zagospodarowanie turystyczne - zakres pojęcia, funkcje, znaczenie w turystyce, ewolucja, Zagospodarowanie turystyczne jako przedmiot badań w zakresie turystyki, Podział urzędzeń i usług turystycznych (wg. różnych kryteriów), Podstawowe koncepcje zagospodarowania turystycznego i planowanie zagospodarowania turystycznego, Zagospodarowanie turystyczne – przykłady dla różnych obszarów i różnych form turystyki, Zagospodarowanie turystyczne – wybrane problemy	Zo	3	Zaliczenie ustne, analiza informacji na zadany temat, wykonywania zadań indywidualnie lub grupowo, projekt
Marketing usług [Marketing of services]	K_U02,K_U07,K_U09,K_K04,K_K05, K_W04,K_U10,K_K02,	Zastosowanie instrumentów marketingu w rozwoju usług i produktów turystycznych oraz przedsiębiorstw turystycznych - case studies	Zo	3	Zaliczenie pisemne, raport z badań
Organizacja i kalkulacja imprez turystycznych [Organization and calculation offer for tourist]	K_W06,K_W11,K_U06,	Planowanie, programowanie i realizacja imprez turystycznych. Znaczenie transportu w realizacji imprezy turystycznej. Programowanie imprez turystycznych ze względu na rodzaj transportu. Kalkulacja i rozliczanie imprez	Zo	4	Wykonywanie zadań indywidualnie, projekt
Negocjacje i etykieta menadżera	K_W05,K_U12,	Negocjacje – definicja, reguły, potrzeby, Zagadnienia związane z przygotowaniem do negocjacji, Negocjacje wstępne, Arsenał taktyk negocjacyjnych, Etyka w negocjacjach. Negocjatorzy, Zasady komunikacji w biznesie	Zo	1,5	Test, udział w dyskusji, symulacja
Prawo w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	K_W01,K_W03,K_W07,K_W11,K_U02,K_U05,K_K04,	System prawny w Polsce; Prawo turystyczne - pojęcie, definicja, Miejsce prawa turystycznego i rekreacji w systemie prawnym. Źródła prawa. Związki prawa turystycznego i rekreacji z innymi dziedzinami prawa: Prawo cywilne, gospodarcze i handlowe – formy działalności gospodarczej w turystyce. Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej jako podstawa rozpoczęcia działalności gospodarczej w dziedzinie turystyki i rekreacji, Warunki uzyskania uprawnień do prowadzenia zajęć w rekreacji, Usługi w turystyce i rekreacji, Umowy międzynarodowe w turystyce. Przewozy w turystyce. Organizacje turystyczne: krajowe, międzynarodowe	Z	1	Test
Obsługa klienta [Service of consumer]	K_W07,K_K01, K_U02,K_U05,K_U09,K_U12,K_K04,K_K05,	Wprowadzenie do prawidłowej obsługi klienta. Cele stojące przed pracownikami obsługi klienta. Rodzaje klientów, pierwszy kontakt z klientem. Komunikacja w kontakcie z klientem. Proces komunikowania się i czynniki zakłócające jego znaczenie. Bariery komunikacyjne. Umiejętności interpersonalne i ich znaczenie dla poprawnego komunikowania się. Poziomy i rodzaje komunikacji. Zachowanie asertywne, uległe, agresywne w kontaktach z klientem. Zarządzanie reklamacjami. Rodzaje firm w obsłudze klienta. Kontakt telefoniczny w obsłudze klienta. Kontakt bezpośredni z klientem. Obsługa klienta w biurze podróży. Obsługa klienta w trakcie imprezy turystycznej. Obsługa klienta w hotelu	Zo	3	Zaliczenie pisemne, symulacja, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, kolokwia
PDW_Międzynarodowe centra turystyczne XI/1 [International tourism center]	K_W02,K_U04, K_U01,K_U09,K_U10,	Międzynarodowe centra turystyczne - case study	E, Zo	6,5	Zaliczenie pisemne, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, analiza informacji na zadany temat
PDW_Techniki sprzedażowe XI/2 [sales techniques]	K_W03,K_W04,K_W05,K_W11,K_U04,K_U13, K_U01,K_U08,	Proces podejmowania decyzji zakupu. Rola sprzedawcy w kolejnych fazach procesu decyzyjnego nabywcy. Poszukiwanie i kwalifikowanie potencjalnych nabywców. Źródła i sposoby identyfikacji potencjalnych nabywców. Marketingowe wsparcie sprzedawców w procesie identyfikacji potencjalnych nabywców. Technika kwalifikowania potencjalnych nabywców. Planowanie rozmowy sprzedażowej. Zasady skutecznej prezentacji. Analiza profilu nabywcy. Planowanie ogólnej struktury prezentacji. Analiza przewagi konkurencyjnej. Cechy - Korzyści: podstawowa technika prezentacji. Przygotowanie pomocy wizualnych. Rozpoczęcie rozmowy sprzedażowej. Nawiązanie kontaktu z klientem. Identyfikacja potrzeb klienta. Zasady i techniki zadawania pytań w rozmowie sprzedażowej. Umiejętność słuchania. Prezentacja oferty sprzedażowej. Konstrukcja argumentów sprzedażowych. Elementy procesu komunikacji. Instrumenty wspierające klarowność prezentacji sprzedażowej Zamykanie rozmowy sprzedażowej. Pokonywanie obiekcji klienta. Zasady reagowania na obiekcję. Techniki pokonywania obiekcji klienta. Zasady i techniki zamykania sprzedażowej. Działania posprzedażowe. Podstawowe zasady tworzenia relacji z klientem. Penetracja nabywcy. Sposoby przypominania się nabywcy.	E, Zo	6,5	zaliczenie pisemne, analiza informacji na zadany temat, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo
Zajęcia eksperckie [Expert Lectures]	K_W03,K_W04,K_W05,K_W06,K_W08,K_W09,	Organizacja turystyki w Polsce i na Świecie, produkty turystyczne i trendy na rynku turystycznym (strona popytowa i podażowa)	Z	2	zaliczenie pisemne

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się						
	PDW_Podstawy zarządzania X/2	K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_U02, K_U04	Ewolucja poglądów na zarządzanie, Cechy i znaczenie organizacji, Planowanie jako funkcja kierownicza, Organizowanie jako funkcja kierownicza, Proces podejmowania decyzji kierowniczych, Motywowanie jako funkcja kierownicza, Style kierowania, Kontrolowanie jako funkcja kierownicza, Kultura organizacyjna	Zo	3,5	Zaliczenie pisemne
	Międzynarodowe organizacje turystyczne	K_W02, K_W03	Instytucjonalna współpraca międzynarodowa w turystyce, potrzeby, zakres, organizacje - charakterystyka działalności	Zo	0,5	Test
	PDW_Protokół dyplomatyczny i etykieta X/1 [Diplomatic Protocol and etiquette]	K_W05, K_W07, K_W08, K_U04,	Zasady dobrego wychowania (savoir-vivre). Dobre obyczaje i ich rola w dyplomacji, w pracy menedżera i w życiu towarzyskim. Geneza i ewolucja. Pojęcie, historia i zadania protokołu dyplomatycznego. Podstawowe zasady obowiązujące w ramach protokołu dyplomatycznego. Ubior. Typy strojów i ubrań oraz zasady ich doboru. Precedencja, tytułatura, korespondencja, rozmowa. Organizacja i przebieg uroczystości publicznych. Organizacja i przebieg spotkań i przyjęć. Rodzaje przyjęć. Organizacja stołu do rozmów i przyjęć. Organizacja wizyt zagranicznych. Zasady użyteczne w kontakcie z obcokrajowcami. Organizacja zebrań, organizacja i przyjmowanie delegacji zagranicznych, organizacja negocjacji. Spotkania towarzyskie i ich organizacja. Asertywność, umiejętność przemawiania i sztuka negocjacji w relacjach zawodowych. Podstawy tworzenia własnego wizerunku w relacjach publicznych	Zo	3,5	Test
Przedmioty kierunkowe i obszarowe						
	Google Analytics	K_W06, K_W07, K_U03, K_U09, K_U09	Narzędzie: Google Analytics (wprowadzenie, budowa, funkcjonalność, zastosowanie)	Zo	12	Zaliczenie pisemne, raport z projektu
	Badania rynku	K_W06, K_W08, K_U01, K_U05, K_U09, K_U12	Wprowadzenie do problematyki badań rynku, miejsce i rola badań rynku i badań marketingowych w zarządzaniu organizacją, etapy procesu badawczego, klasyfikacja rodzajowa badań, gromadzenie danych w badaniach rynku, badania kwestionariuszowe/iłociowe, jakościowe metody pozyskiwania danych w badaniach rynku/marketingowych, metody obserwacyjne i eksperymentalne w badaniach rynku (przykłady i zastosowania metod obserwacyjnych i eksperymentalnych), podstawy analizy danych pozyskanych w procesie badawczym, przykłady wykorzystania metod badań rynku/marketingowych w badaniach turystycznych	Zo	5	Test, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, case study, raport z projektu
	Google Adwords	K_W06, K_W07, K_U04, K_U05, K_U07,	Narzędzie: Google Adwords (wprowadzenie do reklamy w Google, budowa i zastosowanie narzędzia, funkcjonalność, działanie, kampania od a do z)	Zo	11,5	Zaliczenie pisemne, raport z projektu
	Promocja i informacja w turystyce	K_W01, K_W06, K_U02, K_U04, K_U08, K_K04	Definicje promocji – cechy i zadania, Podstawowe instrumenty i środki promocji w turystyce, Portale internetowe w procesie promowania turystyki regionalnej, Humanistyczne i matematyczne rozumienie informacji, Tworzenie systemu informacji turystycznej w Polsce – zarys historyczny, Bezpośrednia i pośrednia gospodarka turystyczna, Podmioty gospodarki turystycznej i struktura systemu informacji turystycznej, Organizacja centrów punktów informacji turystycznej, Informacja turystyczna w wybranych krajach Europy	Zo	4	Test, raport, wykonywania zadań indywidualnie i grupowo, ocena nauczycielska
	Ekonomika turystyki	K_W01, K_W03,	Ekonomika turystyki i rekreacji jako nauka. Zakres badawczy przedmiotu, Ekonomiczna funkcja turystyki, Turystyka jako sektor gospodarki (gospodarka turystyczna, przemysł turystyczny, mnożnik turystyczny, rachunek satelitarny turystyki, czynniki produkcji w gospodarce turystycznej), Rynek usług turystycznych (modele rynku usług turystycznych, popyt-cechy, czynniki określające, mierniki, podaż-cechy, istota, mierniki, segmentacja rynku), Przedsiębiorstwo turystyczne (istota funkcjonowania, formy, struktura), Ceny usług turystycznych (podstawy teoretyczne, metody ustalania ceny), Jakość usług turystycznych (istota, możliwości pomiaru, rynkowe aspekty jakości usług), Polityka turystyczna (sektor turystyczny w polityce państwa, bilans turystyczny państwa), Turystyka międzynarodowa jako zjawisko gospodarcze	Zo	2	Test
E-marketing	Pozycjonowanie stron internetowych	K_W06, K_W07, K_U04, K_U05, K_U07,	Kurs pozycjonowania stron www	Zo	5	Test
	Tworzenie stron internetowych	K_W06, K_W07, K_W10, K_U04, K_U05, K_U07,	Kurs tworzenia stron www	Zo	6,5	Test

Program studiów cz.2

Obszar (specjalność): E-marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się

	Social media	K_W05,K_W06,K_W07,K_W08,K_W11,K_U01,K_U04	ekosystem mediów społecznościowych w kontekście różnych grup docelowych; social media jako narzędzie komunikacji i jako komercyjna platforma reklamowa; potencjał mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej i w procesie budowania tożsamości regionów i podmiotów turystycznych, Facebook: dane technologiczne, algorytm, narzędzia darmowe i płatne służące promocji; profil demograficzny użytkownika w perspektywie globalnej i lokalnej, Instagram: dane technologiczne, narzędzia darmowe i płatne służące promocji; profil demograficzny użytkownika w perspektywie globalnej i lokalnej, Twitter, LinkedIn, YouTube - przegląd narzędzi w kontekście budowania tożsamości marki turystycznej i tworzenia strategii marketingowych	Zo	2	Raport z projektu
	Analityka User Experience	K_U05	Projektowanie User Experience - kształtowanie (projektowanie) doświadczeń użytkownika obejmujące wszystkie aspekty interakcji z firmą, jej usługami i produktami	Zo	4	Raport z projektu, ocena nauczycielska
	Sprzedaż online	K_W03,K_W05,K_W06, K_U05	E-konsument: e-commerce i Internauta – kluczowe cyfry, portret demograficzny nabywcy, typy polskich e-konsumentów w sieci – segmentacja online co wpływa na podejmowanie lub zmianę decyzji zakupowych efekt ZMOT, ROPO i marketing rekomendacji. Projektowanie strategii i systemów e-commerce: modele i definiowanie strategii e-commerce jak wybrać optymalną platformę e-commerce – kryteria wyboru (licencje, abonament, prowizje) specyfika projektowania elementów i serwisów transakcyjnych projektowanie procesów sprzedażowych – użyteczność, architektura informacji, nawigacja projektowanie kart produktowych, kategorii i strony głównej sklepu/systemu checklista sklepu online, konstruowania procesu zamówienia – najlepsze praktyki obsługa klienta online – krytyczne elementy logistyki, komunikacji i obsługi po-sprzedażowej, skuteczna komunikacja w projektach e-commerce – perswazyjny mechanizm content	Zo	2,5	Test, wykonywanie zadań indywidualnie
	Pilotaż i przewodnictwo	K_W03,K_U07,K_U10,K_U11,K_K04	Pojęcia i zagadnienia z zakresu przewodnictwa turystycznego i pilotażu wycieczek, Metodyka i technika pracy przewodnika turystycznego i pilota wycieczek, Standardy jakości usług w przewodnictwie turystycznym i pilotażu, Kodeks etyki obowiązujący w przewodnictwie turystycznym i pilotażu wycieczek, Prawne uwarunkowania pracy przewodnika turystycznego i pilota wycieczek	Zo	2	Zaliczenie pisemne, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, symulacja
Praktyki	Praktyka "kompetencje pracownicze"	K_K04,	Zapoznanie studenta I roku z przedsiębiorstwem, bądź urzędem administracji państwowej i gospodarczej, ze szczególnym uwzględnieniem funkcjonowania pracownika w miejscu pracy	Z	10	Karta praktyk
	Praktyka branżowa	K_W07,K_U05,K_U07,K_K04,	Wdrożenie studentów do przyszłej pracy zawodowej oraz zgromadzenie przez nich wstępnych doświadczeń i rozwijanie kompetencji w zakresie hotelarstwa i gastronomii. Praktyka stanowi integralną część studiów w obszarze Hotelarstwo i Gastronomia. Cele szczegółowe – praktyka zawodowa umożliwi studentom: poznanie specyfiki środowiska i warunków pracy w hotelarstwie i gastronomii, regulaminu pracy, struktury organizacyjnej i zadań poszczególnych działów i komórek organizacyjnych, wymogów stawianych pracownikom na wybranych stanowiskach pracy, czynności wykonywanych na wyznaczonych stanowiskach pracy, prowadzenie obserwacji podejmowanych w instytucjach działań związanych z realizacją usług hotelarskich i gastronomicznych, konfrontację zdobytej w czasie studiów wiedzy z rzeczywistością empiryczną, zasad dobrej pracy, kultury zawodowej, dyscypliny i troski o gościa, jego dobre samopoczucie i bezpieczeństwo.	Z	20	karta praktyk
Proces dyplomowania	Projekt dyplomowy	K_U08,K_U09,K_U10,K_K01,K_K02,	Przygotowanie koncepcji badań oraz raportu z badań.	Zo	4	ocena nauczycielska, raport z badań
	Przygotowanie do egzaminu dyplomowego	K_U09,K_U10,K_U13,K_K01,K_K02,	Omówienie wyników pracy dyplomowej, omówienie zagadnień egzaminacyjnych	Zo	2	ocena nauczycielska