

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:	102
w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub społecznych:	175
w ramach praktyk:	30
w ramach modułów zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym: za zajęcia realizowane w systemie zdalnym (dotyczy studiów w systemie zdalnym):	109
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	62% w 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): nauki o komunikacji społecznej i mediach	26% - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna	9 % - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
dyscyplina (dyscypliny): nauki o kulturze fizycznej	3 % - 100% ogólnej liczby punktów ECTS
Łączny nakład pracy studenta (NPS)	4799
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, Związek Prywatnych Pracodawców Turystyki Lewiatan, Sektorowa Rada ds. Kompetencji Turystyka, City Hotel w Bydgoszczy, Bydgoska Lokalna Organizacja Turystyczna, BKS Visła, Basket 25, Edutraveler.pl, ADMAR Mariusz Marszański
Relacja obszar (specjalność) - kierunek	TURYSTYKA I REKREACJA

Program studiów cz.2

Obszar: 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_W01_K_W02,	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	
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 baw środowiska prac; Elementy systemu kontroli i nadzoru nad prawą 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 prawa; 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	Test na platformie zdalnego nauczania	
Kluczowe kompetencje społeczne	Kluczowe kompetencje społeczne	K_W05_K_W07_K_W08_K_U13_K_K03_K_K04,	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, ocena nauczycielska	
	Integracja międzykulturowa	K_U09_K_U10_K_U12_K_K03,	Animacja czasu wolnego w kontekście uniwersyteckim jako element integracji międzykulturowej	Z	0,5	Analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji, ocena nauczycielska	
Język obcy	Język obcy	K_U09_K_U10_K_U11,	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 przełożonymi, regulaminy i zasady; formy zatrudnienia, prowadzenie własnej działalności gospodarczej; pierwsze spotkanie i powitanie; prowadzenie rozmów telefonicznych; kreowanie logo i wizerunku firmy; zarządzanie czasem; spotkania i zabrania 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; podróżowanie, informacja turystyczna, podróże służbowe, noclegi, problemy podczas podróży, w hotelu; wyliczki, zwiedzanie, orientacja w terenie, atrakcje turystyczne; dziedzictwo kulture, komunikacja interkulturowa, szok kulturowy; wydarzenia kulturalne, rozrywki, 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; opisywanie tendencji, trendów i zmian, relacje przyczynowo-skutkowe; opisywanie wykresów; wystąpienia publiczne, elementy prezentacji, udane i nieudane prezentacje	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,	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	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 wyspań współczesności	Zo	0,5	Praca zaliczeniowa – eseje; kolokwium	
Elastyczne kształcenie	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	
	Pierwsza pomoc przedmedyczna	K_W07_K_U12_K_K01,	Resuscytacja krążeniowo-oddechowa – algorytmy postępowania; Poszkodowany nieprzytomny; Niedrożność oddechowa; Stany zagrożenia życia związane z układem nerwowym; Objawy i postępowanie; Choroby i stany nagłe wymagające odwołania 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, kregosłupa; Postępowanie w różnych stanach zagrożenia życia i chorobach. Objawy i postępowanie	Z	1	Test; zadania; obserwacja pracy studentów podczas realizacji ćwiczeń; ocena nauczycielska	
	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 pisanie w ramach tematyki związanej z życiem codziennym 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 nidegowych, wyrażanie podstawowych potrzeb w w/w sytuacjach.	Zo	4	Wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo (pisemne i ustne odpowiedzi, aktywne uczestnictwo w dramie i symulacji)	
Biznes plan (Business plan)	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 kapitałowa majątkowa, obsługa długu, Zatrudnianie pracowników. Polityka personalna, Finansowanie działalności gospodarczej.	Zo	1	Wyniki gry symulacyjnej	
	E-commerce i Komunikacja marketingowa	K_W03_K_W04_K_W07_K_W11_K_U03_K_U07_K_U08,	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, raport z projektu	
	Geografia turystyczna Polski	K_W02_K_W04_K_W09_K_U01_K_U03_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 wydziałonych 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 czo-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), kolokwium	

Program studiów cz.2

Obszar: E-Marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się						
Przedmioty podstawowe i kierunkowe	Geografia turystyczna Europy	K_W02_K_W04_K_W09_K_U01_K_U03_K_U08_K_U09_K_U10,	Europa jako mikroregion 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, Włochy). Warunki i dynamika międzynarodowego ruchu turystycznego w krajach europejskich (według subregionów turystycznych UNWTO). Analiza uwarunkowań (przyrodniczych i kulturowych) rozwoju turystyki w wybranych krajach europejskich (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	E, Zo	2	zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji, kolokwium
	Geografia turystyczna świata	K_W02_K_W04_K_W09_K_U01_K_U03_K_U09_K_U10,	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 – raj turystyczny, 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: czasba terenu, klimat, ludność, powierzchnia, transport, Najważniejsze na skalę światową atrakcje turystyczne naturalne i antropogeniczne, Unikatowe miejsca (np. z listy Unesco), Międzynarodowe centra turystyczne	E, Zo	3	zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji, kolokwium
	Podstawy turystyki	K_W01_K_W02_K_W04_K_U01_K_U03_K_U08_K_U09,	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 – przeglądy: skala krajowa i regionalna w planach (tejnny 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), rejon, gminy i miejscowości agroturystyczne, odcinki szlaków turyst., centra obsługi turystycznej; zagospodarowanie tur. jako składowa produktu turystycznego. Zagospod. turystyczne jednostek administr. (gmina, miasto), rejon, miasto – przykłady. Zagospod. tur. miast, Ocena stopnia zagospodarowania rejonu i miasta na tle atrakcyjności (pojemność turystyczna, przepustowość – limity, optymalne wielkości, przekraczanie) lub intensywny –pojemności turystycznej	E, Zo	5	zaliczenie ustne, analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo
	Podstawy rekreacji	K_W01_K_W04_K_W05_K_W09_K_U01_K_U03_K_U08_K_U10_K_K03,	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 predysponujące do pracy, prestiż zawodu. Organizacja imprezy a bezpieczeństwo uczestników (ćwiczenia). Imprezy rekreacyjne i ich rodzaje. Planowanie imprez rekreacyjnych. Regulamin imprez rekreacyjnych. Bezpieczeństwo na imprezach rekreacyjnych.	E, Zo	4	Zaliczenie pisemne, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, udział w dyskusji, ocena nauczycielska
	Podstawy hotelarstwa	K_W01_K_W04_K_W07_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 – pojęcia, cechy, podział, przykłady usług hotelarskich, Organizacja i stworzenia 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 godz.)	E, Zo	4	Zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, analiza informacji na zadany temat
	Podstawy krajoznawstwa]	K_W01_K_W05_K_U01_K_U12_K_K01,	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	Analiza informacji na zadany temat (prace pisemne), Udział w dyskusji, ocena nauczycielska, raport z projektu
	Podstawy marketingu	K_W01_K_W03_K_W06_K_W11_K_W04_K_W11_K_U05_K_U09_K_U10,	Pojęcie i elementy marketingu, Definiowanie marketingu, koncepcja marketingu - mix Marketingu 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	K_W02_K_W03_K_W07_K_W08_K_U01_K_U10,	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_W02_K_W07_K_U02_K_U08_K_U09,	Polityka turystyczna w UE i PE, struktura polityki turystycznej, podmioty, adresaci, modele, instrumenty polityki, kompetencje i zadania podmiotów i instytucji, POT, ROT i LOT - zadania i działania	Zo	2	Zaliczenie ustne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, praca zaliczeniowa lub prezentacja z wystąpieniem
	Ekonomia turystyki	K_W01_K_W03,	Ekonomia turystyki i rekreacji jako nauka. Zakres badawczy przedmiotu, Ekonomiczna funkcja turystyki, Turystyka jako sektor gospodarki (gospodarka turystyczna, przemysł turystyczny, moznik 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
	Produkt turystyczny	K_W01_K_W03_K_W04_K_W05_K_U02_K_U07_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, projekty
	Planowanie turystyczne	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	K_W01_K_W05_K_U06_K_K01,	Podstawy teoretyczne - . Wokół definicji kultury, pojęcie dziedzictwa kulturowego, Turystyka kulturowa, Profil turystyki kulturowego, Klasyfikacja turystyki kulturowej, Współczesne trendy w turystyce kulturowej, Turystyczno-kulturowy potencjał Polski i świata - wybrane walory turystyki kulturowej	Zo	3	test, prace pisemne, analiza informacji na zadany temat, raport z projektu,
	Turystyka biznesowa	K_W07_K_U05_K_U07_K_U09_K_U10_K_U12,	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	analiza informacji na zadany temat, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, raport z projektu
	Zagospodarowanie turystyczne	K_W02_K_W07_K_W08_K_U04_K_U07_K_U09_K_K01,	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, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo (opracowanie projektów), ocena nauczycielska

Program studiów cz.2

Obszar: E-Marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się							
Marketing usług	K_W03_K_U02_K_U07_K_U09_K_K04_K_K05_K_U10_K_K02,	Zastosowanie instrumentów marketingu w rozwoju usług i produktów turystycznych oraz przedsiębiorstw turystycznych - case studies	Zo	3	Analiza informacji na zadany temat, wypowiedź pisemna - raport z realizacji projektu i ustna		
Organizacja i kalkulacja imprez turystycznych	K_W06_K_W11_K_U06_K_U07,	Planowanie, programowanie i realizacja imprez turystycznych. Znaczenie transportu w realizacji imprez turystycznej. Programowanie imprez turystycznych ze względu na rodzaj transportu. Kalkulacja i rozliczanie imprez	Zo	4	praca projektowa		
Negocjacje i etykieta menadżera	K_W05_K_W07_K_U12,	Negocjacje – definicja, reguły, potrzeby, Zagadnienia związane z przygotowaniem do negocjacji. Negocjacje wstępne, Arsenal taktyki negocjacyjnych. Etyka w negocjacjach. Negocjatorzy, Zasady komunikacji w biznesie	Zo	1,5	referat, udział w symulacji		
Prawo w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	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 lub wypowiedź pisemna		
Obsługa klienta	K_W07_K_K01_K_U02_K_U05_K_U09_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 rodzaj 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 ustne, raport z projektu, udział w dyskusji, ocena nauczycielska		
PDW_Międzynarodowe centra turystyczne XI/1	K_W02_K_U01_K_U09_K_U10,	Międzynarodowe centra turystyczne- case study	E, Zo	6,5	Zaliczenie ustne, analiza informacji na zadany temat, referat, udział w dyskusji		
PDW_Techniki sprzedaży XI/2	K_W03_K_W04_K_W05_K_W11_K_U01_K_U02_K_U08_K_K05,	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. Rozpoczynanie rozmowy sprzedażowej. Nawiazanie 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 skuteczność prezentacji sprzedażowej Zamykanie rozmowy sprzedażowej. Pokonywanie obiekcji klienta. Zasady reagowania na obiekcje. 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, - test, wypowiedzi ustne, udział w rozmowach, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo		
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	test, wykonywanie zadań podczas symulacji/ ocena nauczycielska		
PDW_Podstawy zarządzania XI/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		
PDW_Protokół dyplomatyczny i etykieta XI/1	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. Ubiory. 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	Zaliczenie ustne		
Zajęcia eksperckie	Zajęcia eksperckie	K_W03_K_W04_K_W05_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	
Przedmioty obszarowe							
Google Analytics	K_W06_K_W07_K_U03_K_U05_K_U09,	Narzędzie: Google Analytics (wprowadzenie, budowa, funkcjonalność, zastosowanie)	Zo	12	Zaliczenie pisemne, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, 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/fiżyczne, 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	E, Zo	7,5	Test, wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, - analiza informacji na zadany temat, 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, analiza informacji na zadany temat, kolokwium zaliczeniowe		
Promocja i informacja w turystyce	K_W03_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 centurii punktów informacji turystycznej Informacja turystyczna w wybranych krajach Europy	Zo	4	test, raport z projektu, analiza informacji na zadany temat, referat, ocena nauczycielska		
Pozycjonowanie stron internetowych	K_W06_K_W07_K_U04_K_U05_K_U07,	Kurs pozycjonowania stron www	Zo	5	Analiza informacji na zadany temat, wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo i rozwiązywanie studium przypadków, Kolokwium zaliczeniowe		
Tworzenie stron internetowych	K_W06_K_W07_K_W10_K_U05_K_U07,	Kurs tworzenia stron www	Zo	6,5	Test, Wykonywanie zadań indywidualnie i grupowo, Projekt		
Social media	K_W05_K_W06_K_W07_K_W08_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	Wykonywanie zadań (analiza informacji na zadany temat), raport z projektu		
Analityka User Experience	K_U05_K_U07_K_K02,	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, konstruowanie procesu zamówienia – najlepsze praktyki obsługa klienta online – krytyczne elementy logistyki, komunikacji i obsługi po-sprzedazowej, skuteczna komunikacja w projektach e-commerce – perswazja, mechanizmy, content	Zo	2,5	Test, wykonywanie zadań indywidualnie		
Praktyka "kompetencje pracownicze"	K_W07_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		

Program studiów cz.2

Obszar: E-Marketing

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami uczenia się						
Praktyki	Praktyka branżowa	K_U07,K_U05,K_U07,K_K04,	<p>Wdrożenie studentów do przyszłej pracy zawodowej oraz zgromadzenie przez nich wstępnych doświadczeń i rozwijanie kompetencji w zakresie hotelarstwa i gastronomii.</p> <p>Praktyka stanowi integralną część studiów z obszaru Hotelarstwo i Gastronomia.</p> <p>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.</p>	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