

POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA

PROGRAM STUDIÓW

nazwa kierunku: Zarządzanie w turystyce i sporcie

**Cykl kształcenia rozpoczynający się
od roku akademickiego 2019/2020**

Poziom: studia pierwszego stopnia

Profil: ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Tytuł zawodowy: licencjat

SPIS TREŚCI

1. Ogólna charakterystyka kierunku studiów.....	3
2. Opis sylwetki absolwenta.....	4
3. Parametryczna charakterystyka kierunku studiów.....	6
4. Opis zasad i formy odbywania praktyk studenckich.....	7
5. Harmonogram realizacji programu studiów z podziałem na semestry i lata cyklu kształcenia, z zaznaczeniem modułów podlegających wyborowi przez studenta oraz zakresów studiów.....	8
6. Efekty uczenia się.....	16
7. Macierz pokrycia efektów uczenia się.....	19
8. Sylabusy do przedmiotów.....	31
9. Warunki ukończenia studiów.....	341

1. Ogólna charakterystyka kierunku studiów

Podstawowe informacje o kierunku			
Nazwa kierunku studiów:	Zarządzanie w turystyce i sporcie		
Poziom kształcenia:	Studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia:	Ogólnoakademicki		
Forma studiów:	Stacjonarne		
Liczba semestrów:	6 semestrów		
Łączna liczba punktów ECTS, konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	180 ECTS		
Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów:	2254 godziny		
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:	Licencjat		
Koordynator kierunku: dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis			
Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się			
	Dziedzina	Dyscyplina	Udział %
Dyscyplina wiodąca (przypisano ponad 50% efektów uczenia się):	Dziedzina nauk społecznych	Nauki o zarządzaniu i jakości	74%
Dodatkowa dyscyplina naukowa , do której odnoszą się efekty uczenia się:	Dziedzina nauk społecznych	Ekonomia i finanse	13%
Dodatkowa dyscyplina naukowa , do której odnoszą się efekty uczenia się:	Dziedzina nauk społecznych	Geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna	13%

2. Opis sylwetki absolwenta

2. 1. Ogólne cele kształcenia

Celem kształcenia na kierunku *Zarządzanie w turystyce i sporcie* jest rozwijanie oraz upowszechnianie zagadnień z zakresu szeroko pojętej problematyki zarządzania, turystyki i sportu. W ramach prowadzonego kierunku prowadzone będą działania o charakterze edukacyjno-naukowym wspierając rozwój i znaczenie zarządzania w turystyce i sporcie.

W ramach zdobywanych umiejętności absolwenci zostaną przygotowani do planowania, organizacji i realizowania przedsięwzięć w zakresie turystyki i sportu:

- prowadzenia własnej działalności gospodarczej,
- zarządzania obsługą ruchu turystycznego,
- opracowania strategii działania, rozwoju i inwestycji firmy,
- przygotowywania oferty turystycznej i sportowej dla różnych grup odbiorców,
- działań promocyjnych i marketingowych,
- organizowania wypoczynku i zagospodarowania czasu wolnego,
- nawiązywania kontaktów i komunikowania się w języku obcym.

Nauka w ramach wykładów i ćwiczeń oraz odbywane praktyki pozwolą na zdobycie praktycznych umiejętności z zakresu:

- kreowania kultury zdrowia i wypoczynku oraz czasu przeznaczonego na wypoczynek,
- kompleksowej obsługi grup turystycznych (wyjazdów zbiorowych takich jak: wycieczki szkolne, pielgrzymki czy grupowe wyjazdy okolicznościowe),
- projektowania i organizowania imprez turystycznych, sportowych,
- tworzenia atrakcyjnej oferty produktów i usług turystycznych,
- zarządzania organizacjami sportowymi,
- obsługi klienta,
- kalkulacji cen,
- obsługi systemów informatycznych w turystyce i rekreacji,
- wykorzystywania nowoczesnych środków przekazu.

2. 2. Sylwetka absolwenta

Absolwenci zdobywają wiedzę o działalności turystycznej i sportowej w zakresie marketingu, ekonomii, organizacji i zarządzania, strategii i rozwoju, analizy finansowej i inwestycji oraz zarządzania kadrami. Poznają oni przestrzeń geograficzną, jej specyfikę w ujęciu turystycznym, a także różnorodność walorów, która stanowi podstawę do tworzenia atrakcyjnych turystycznie produktów na rynku krajowym oraz międzynarodowym. Wykazują się wiedzą krajoznawczą, demograficzną, socjologiczną i psychologiczną.

Absolwenci znają język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy oraz posługują się językiem specjalistycznym umożliwiającym porozumiewanie się w działalności zawodowej.

Zdobytą wiedzę i umiejętności o zasadach prawnych i etycznych absolwent wykorzystuje w praktyce zawodowej.

Program kształcenia przewidziany dla kierunku *Zarządzanie w turystyce i sporcie* przygotowuje absolwenta do zdobycia szerokiej wiedzy z zakresu zarządzania szczególnie organizacji i zarządzania przedsięwzięciami sportowymi i turystycznymi.

2.3. Możliwości zatrudnienia absolwentów kierunku

Absolwent kierunku *Zarządzanie w turystyce i sporcie* jest gotowy do poprowadzenia własnego projektu biznesowego szczególnie w zakresie usług turystycznych oraz może znaleźć zatrudnienie w sektorze zarówno publicznym, jak i prywatnym, na przykład w:

- biurach podróży,
- hotelarstwie,
- ośrodkach wypoczynkowych, sportowych i rekreacyjnych,
- centrach rekreacji,
- klubach sportowych
- gospodarstwach agroturystycznych i ośrodkach doradztwa rolniczego,
- administracji rządowej i samorządowej, organizacjach społecznych, fundacjach i stowarzyszeniach w ramach ich działalności w zakresie turystyki i sportu,
- branżach i usługach pokrewnych turystyce.

Potencjalne stanowiska pracy, które może objąć absolwent kierunku:

- menedżer zarządzający organizacjami turystycznymi i sportowymi
- kreatywny przedsiębiorca, w tym w branży turystycznej,
- specjalista ds. rozwoju turystyki i organizacji sportowych,
- menedżer/kierownik ds. badań marketingowych,
- menedżer/kierownik ds. rozwoju nowych usług,
- analityk projektów innowacyjnych,
- specjalista do spraw organizacji czasu podczas wypoczynku,
- specjalista ds. public relations.

2. 4. Możliwości kontynuacji kształcenia przez absolwentów kierunku

W przypadku studentów kończących pierwszy stopień na kierunku *Zarządzanie w turystyce i sporcie* jest możliwość podjęcia studiów stacjonarnych i niestacjonarnych drugiego stopnia na kierunku *Zarządzanie* w języku polskim lub języku angielskim.

3. Parametryczna charakterystyka kierunku studiów

Opis wskaźnika		Studia stacjonarne
Liczba godzin zajęć prowadzona na kierunku studiów przez nauczycieli zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy.		2254 godziny
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego.		8 ECTS
Procentowy udział liczby punktów ECTS w liczbie punktów ECTS ogółem konieczny do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi kształcenia, dla dyscypliny wiodącej i pozostałych dyscyplin.	Dyscyplina wiodąca: Nauki o zarządzaniu i jakości	74%
	Dodatkowa: Ekonomia i finanse	13%
	Dodatkowa: Geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna	13%
Łączną liczbą punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia.		91,52 ECTS
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych (nie mniejszą niż 5 punktów ECTS), w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne.		Nie dotyczy
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć podlegających wyborowi przez studenta, w tym: Przedmioty do wyboru – 54; Język obcy – 8 Praktyki zawodowe – 4; Przygotowanie do egzaminu dyplomowego i pisanie pracy dyplomowej – 10; Seminarium – 4		80 ECTS
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego, którym nie przypisuje się ani efektów uczenia się, ani punktów ECTS.		60 ECTS
Liczba punktów ECTS przypisana do zajęć związanych z prowadzoną w Uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów.		Nauki o zarządzaniu i jakości: 111 ECTS
Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć przygotowujących studentów do prowadzenia działalności naukowej lub udziału w tej działalności.		15 ECTS (seminarium + praca dyplomowa)

4. Opis zasad i formy odbywania praktyk studenckich

Na kierunku *Zarządzanie w turystyce i sporcie* w ramach studiów pierwszego stopnia studiów stacjonarnych studenci zgodnie z programem studiów realizują praktyki zawodowe, które odbywają się **po semestrze IV (realizowane w okresie letnim)**.

Praktyki zawodowe na Wydziale Zarządzania na studiach pierwszego stopnia stanowią integralną część planu studiów. **Programy studiów przewidują praktyki w wymiarze 120 godzin, za które student otrzymuje 4 punkty ECTS.**

Opis zasad i formy odbywania praktyk studenckich reguluje *Regulamin praktyk studenckich* dostępny na stronie wydziału: <http://wz.pcz.pl/student/praktyki/>.

5. HARMONOGRAM REALIZACJI PROGRAMU STUDIÓW Z PODZIAŁEM NA SEMESTRY I LATA CYKLU KSZTAŁCENIA, Z ZAZNACZENIEM PRZEDMIOTÓW PODLEGAJĄCYCH WYBOROWI PRZEZ STUDENTA ORAZ ZAKRESÓW STUDIÓW

WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA

kierunek: **ZARZĄDZANIE W TURYSTYCE I SPORCIE**

studia stacjonarne pierwszego stopnia

profil ogólnoakademicki

tytuł zawodowy: **licencjat**

Harmonogram realizacji programu studiów od roku akademickiego 2021/2022

Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym								
Rok I, Semestr 1		egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia		0	4				
2	Zarządzanie	E	6	30	30			
3	Psychologia		2	15	15			
4	Prawo		3	30	15			
5	Technologie informacyjne		3	15	30			
6	Finanse		4	30	30			
7	Marketing	E	6	30	30			
8	Etyka w biznesie		2	15	15			
9	Ekonomia I		2	15	30			
10	Przedsiębiorczość		2	15	15			
Razem			30	199	210	0	0	0
Rok I, Semestr 2		egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Ekonomia II	E	6	30	30			
2	Socjologia		2	15	15			
3	Wychowanie fizyczne		0	0	30			
4	Język obcy		2	0	30			
5	Ochrona własności intelektualnej		2	15	15			

6	Zarządzanie zasobami ludzkimi	E	6	30	30				
7	Metody matematyczne w zarządzaniu		3	15	30				
8	Rachunkowość		5	30	30				
9	Globalizacja		4	30	15				
Razem			30	165	225	0	0	0	
Rok II, Semestr 3			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Krajoznawstwo		4	30	15				
2	Geografia turystyczna	E	5	30	30				
3	Wychowanie fizyczne		0	0	30				
4	Język obcy		2	0	30				
5	Marketing w turystyce		2	15	15				
6	Podstawy turystyki	E	5	30	30				
7	Hotelarstwo		3	15	30				
8	Fizjologia człowieka	E	6	30	30				
9	Statystyka		3	15	30				
Razem			30	165	240	0	0	0	
Rok II, Semestr 4			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Język obcy		2	0	30				
2	Prawne aspekty działalności przedsiębiorstw turystycznych		3	15	15				
3	Jakość usług turystycznych	E	4	30	30				
4	Management and strategic analysis of a tourism organisations		3	30	15				
5	Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego		3	15				30	
6	Zarządzanie kadrami w turystyce	E	5	30	30				
7	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego		2	15	15				
8	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody		2	15	15				
9	Zarządzanie projektem turystycznym		2	15		30			
10	4 tygodnie praktyk		4						
Razem			30	165	150	30	0	30	
Rok III, Semestr 5			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Język obcy		2	0	30				

2	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii		3	15	30				
3	International tourism market		3	30	15				
4	Analiza finansowa działalności turystycznej	E	5	30	30				
5	Hotelarstwo z elementami rekreacji	E	4	30	30				
6	Obsługa ruchu turystycznego		3	15	15				
7	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku		3	15	30				
8	Żywnienie człowieka		3	15	30				
9	E-sprzedaż usług turystycznych		2	15	15				
10	Seminarium dyplomowe		2				15		
Razem			30	165	225	0	15	0	
Rok III, Semestr 6			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Marketing in tourism and hotel industry		3	15	30				
2	Strategia promocji usług turystycznych	E	5	30	30				
3	Modelowanie rynku usług turystycznych	E	4	30	30				
4	Ubezpieczenia w turystyce		3	15	15				
5	Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce		3	15	30				
6	Seminarium dyplomowe		2				30		
7	Przygotowanie do egzaminu dyplomowego i pisanie pracy dyplomowej		10						
Razem			30	105	135	0	30	0	

Zarządzanie organizacją sportową									
Rok I, Semestr 1			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia			0	4				
2	Zarządzanie		E	6	30	30			
3	Psychologia			2	15	15			
4	Prawo			3	30	15			
5	Technologie informacyjne			3	15	30			
6	Finanse			4	30	30			
7	Marketing		E	6	30	30			
8	Etyka w biznesie			2	15	15			

9	Ekonomia I		2	15	30				
10	Przedsiębiorczość		2	15	15				
Razem			30	199	210	0	0	0	
Rok I, Semestr 2			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Ekonomia II	E	6	30	30				
2	Socjologia		2	15	15				
3	Wychowanie fizyczne		0	0	30				
4	Język obcy		2	0	30				
5	Ochrona własności intelektualnej		2	15	15				
6	Zarządzanie zasobami ludzkimi	E	6	30	30				
7	Metody matematyczne w zarządzaniu		3	15	30				
8	Rachunkowość		5	30	30				
9	Globalizacja		4	30	15				
Razem			30	165	225	0	0	0	
Rok II, Semestr 3			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Krajoznawstwo		4	30	15				
2	Geografia turystyczna	E	5	30	30				
3	Wychowanie fizyczne		0	0	30				
4	Język obcy		2	0	30				
5	Marketing w turystyce		2	15	15				
6	Podstawy turystyki	E	5	30	30				
7	Hotelarstwo		3	15	30				
8	Fizjologia człowieka	E	6	30	30				
9	Statystyka		3	15	30				
Razem			30	165	240	0	0	0	
Rok II, Semestr 4			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Język obcy		2	0	30				
2	Ubezpieczenia w sporcie		3	15	15				
3	Quality in sport		3	30	15				
4	Marketing usług sportowo-rekreacyjnych	E	5	30	30				
5	Systemy informatyczne w zarządzaniu sportem		3	15				30	

6	Funkcjonowanie jednostek pożytku publicznego	E	4	30	30				
7	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego		2	15	15				
8	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody		2	15	15				
9	Zarządzanie projektem turystycznym		2	15		30			
10	4 tygodnie praktyk		4						
Razem			30	165	150	30	0	30	
Rok III, Semestr 5			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Język obcy		2	0	30				
2	Analiza strategiczna organizacji sportowej	E	5	30	30				
3	Ralationship marketing in sport		3	30	15				
4	Strategia promocji organizacji sportowej		3	15	30				
5	Zarządzanie obiektem sportowym	E	4	30	30				
6	Logistyka imprez sportowych		3	15	15				
7	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku		3	15	30				
8	Żywnienie człowieka		3	15	30				
9	E-sprzedaż usług turystycznych		2	15	15				
10	Seminarium dyplomowe		2				15		
Razem			30	165	225	0	15	0	
Rok III, Semestr 6			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Coaching in the sport organisations		3	30	15				
2	Planowanie i organizacja imprez sportowo-rekreacyjnych	E	5	30	30				
3	Zarządzanie kadrami w organizacji sportowej		3	15	30				
4	Analiza finansowa organizacji sportowych	E	4	30	30				
5	Turystyka sportowa		3	15	15				
6	Seminarium dyplomowe		2				30		
7	Przygotowanie do egzaminu dyplomowego i pisanie pracy dyplomowej		10						
Razem			30	120	120	0	30	0	
W – wykład; C – ćwiczenia; L – laboratorium; P – projekt; S – seminarium									

Turystyka sportowa								
Rok I, Semestr 1		egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia		0	4				
2	Zarządzanie	E	6	30	30			
3	Psychologia		2	15	15			
4	Prawo		3	30	15			
5	Technologie informacyjne		3	15	30			
6	Finanse		4	30	30			
7	Marketing	E	6	30	30			
8	Etyka w biznesie		2	15	15			
9	Ekonomia I		2	15	30			
10	Przedsiębiorczość		2	15	15			
Razem			30	199	210	0	0	0
Rok I, Semestr 2		egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Ekonomia II	E	6	30	30			
2	Socjologia		2	15	15			
3	Wychowanie fizyczne		0	0	30			
4	Język obcy		2	0	30			
5	Ochrona własności intelektualnej		2	15	15			
6	Zarządzanie zasobami ludzkimi	E	6	30	30			
7	Metody matematyczne w zarządzaniu		3	15	30			
8	Rachunkowość		5	30	30			
9	Globalizacja		4	30	15			
Razem			30	165	225	0	0	0
Rok II, Semestr 3		egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Krajoznawstwo		4	30	15			
2	Geografia turystyczna	E	5	30	30			
3	Wychowanie fizyczne		0	0	30			
4	Język obcy		2	0	30			
5	Marketing w turystyce		2	15	15			
6	Podstawy turystyki	E	5	30	30			

7	Hotelarstwo		3	15	30				
8	Fizjologia człowieka	E	6	30	30				
9	Statystyka		3	15	30				
Razem			30	165	240	0	0	0	
Rok II, Semestr 4			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Język obcy		2	0	30				
2	Zarządzanie w turystyce sportowej	E	4	30	30				
3	Obsługa ruchu turystycznego		3	15	15				
4	Quality in sport		3	30	15				
5	Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego		3	15				30	
6	Analiza finansowa działalności turystycznej	E	5	30	30				
7	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego		2	15	15				
8	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody		2	15	15				
9	Zarządzanie projektem turystycznym		2	15		30			
10	4 tygodnie praktyk		4						
Razem			30	165	150	30	0	30	
Rok III, Semestr 5			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Język obcy		2	0	30				
2	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii		3	15	30				
3	International tourism market		3	30	15				
4	Zarządzanie personelem i wolontariat w turystyce sportowej	E	5	30	30				
5	Analiza strategiczna organizacji sportowej		3	30	30				
6	Prawno-organizacyjne aspekty organizacji imprez sportowych	E	4	15	15				
7	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku		3	15	30				
8	Żywnienie człowieka		3	15	30				
9	E-sprzedaż usług turystycznych		2	15	15				
10	Seminarium dyplomowe		2					15	
Razem			30	165	225	0	15	0	
Rok III, Semestr 6			egzamin	ECTS	W	C	P	S	L
1	Marketingowe aspekty turystyki sportowej	E	4	30	30				

2	Logistyka imprez sportowych		3	15	15			
3	Coaching in the sport organisations		3	30	15			
4	Planowanie i organizacja imprez sportowo-rekreacyjnych	E	5	30	30			
5	Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce		3	15	30			
6	Seminarium dyplomowe		2				30	
7	Przygotowanie do egzaminu dyplomowego i pisanie pracy dyplomowej		10					
Razem			30	120	120	0	30	0

6. Efekty uczenia się

Poziom i forma studiów:	Studia pierwszego stopnia, stacjonarne		
Profil:	Ogólnoakademicki		
Symbol kierunkowego efektu uczenia się	Opis kierunkowego efektu uczenia się	Symbol uniwersalnej charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu 6*)	Symbol charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6**)
Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia:			
w zakresie wiedzy			
K_W01	Posiada podstawową wiedzę z zakresu nauk społecznych, a w szczególności nauk o zarządzaniu i jakości, ekonomii i marketingu oraz zna ich charakter, znaczenie i miejsce w systemie nauk i ich relacjach do innych nauk.	P6U_W	P6S_WG
K_W02	Ma podstawową wiedzę w zakresie turystyki, sportu, krajoznawstwa, geografii oraz fizjologii i żywienia człowieka niezbędne do efektywnego funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W03	Ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych i etycznych) oraz zarządzania nimi, a także zna podstawowe pojęcia dotyczące istoty, form, zasad i problemów funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W04	Posiada podstawową wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W05	Zna metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania, analizy i interpretacji danych, właściwe dla studiowanego kierunku.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W06	Ma wiedzę na temat zasad funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu w globalnej gospodarce, zna fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W07	Zna i interpretuje podstawowe zasady prawa, ze szczególnym uwzględnieniem zasad regulujących funkcjonowanie podmiotów gospodarczych; zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości.	P6U_W	P6S_WK
K_W08	Posiada podstawową wiedzę dotyczącą zasad zarządzania finansami w podmiotach gospodarczych.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W09	Ma podstawową wiedzę w zakresie wdrażania i stosowania szeroko rozumianej technologii informacyjnej w turystyce i sporcie, w tym systemów informatycznych oraz e-sprzedaży usług turystycznych oraz zna możliwości ich zastosowania we współczesnych organizacjach.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK

K_W10	Ma wiedzę w zakresie społeczno – kulturowych i przyrodniczych uwarunkowań gospodarki turystycznej oraz diagnozy potrzeb i problemów społecznych w ramach czasu wolnego i wypoczynku.	P6U_W	P6S_WK
K_W11	Posiada wiedzę o przedmiocie i metodach zarządzania w turystyce.	P6U_W	P6S_WG
K_W12	Zna pojęcia i zasady z zakresu ochrony prawnej własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczności zarządzania zasobami własności intelektualnej.	P6U_W	P6S_WK
w zakresie umiejętności			
K_U01	Potrafi prawidłowo formułować podstawowe pojęcia z zakresu nauk ekonomicznych, o zarządzaniu i jakości; potrafi posługiwać się specjalistyczną terminologią z zakresu poszczególnych dziedzin będących przedmiotem studiów.	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
K_U02	Potrafi formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy dotyczące procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych, etycznych) posługując się przy tym umiejętnościami korzystania z baz danych, doboru źródeł informacji, dokonywania ich krytycznej oceny i analizy w różnych aspektach związanych z rynkiem usług turystycznych i działalnością sportową.	P6U_U	P6S_UW
K_U03	Posiada umiejętność prawidłowego identyfikowania i prognozowania procesów i zjawisk społecznych, gospodarczych i kulturowych z wykorzystaniem dostępnych metod i narzędzi właściwych dla studiowanego kierunku studiów.	P6U_U	P6S_UW
K_U04	Potrafi korzystać z zaawansowanych technik informacyjnych w celu pozyskiwania danych dotyczących ruchu turystycznego i funkcjonowania organizacji sportowych, a także przeprowadzić dogłębną analizę powyższych zjawisk.	P6U_U	P6S_UW
K_U05	Prawidłowo posługuje się normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu innowacyjnego wykonania zadania i rozwiązania konkretnego problemu w zmiennych i nie w pełni przewidywalnych warunkach.	P6U_U	P6S_UW
K_U06	Posiada umiejętność przygotowania prac pisemnych oraz wypowiedzi ustnych dotyczących zagadnień szczegółowych; potrafi brać udział w debacie, oceniać różne opinie, wykorzystując w uzasadnianiu swojego stanowiska specjalistyczną terminologię.	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
K_U07	Potrafi pozyskiwać, analizować i interpretować dane liczbowe do rozstrzygania złożonych i nietypowych problemów pojawiających się w zarządzaniu współczesnymi organizacjami turystycznymi i sportowymi.	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
K_U08	Posiada umiejętność samokształcenia się, planowania i działania na rzecz własnego rozwoju, posiada umiejętności pracy w zespole, a także potrafi samodzielnie planować	P6U_U	P6S_UO P6S_UU

	i organizować pracę swoją i innych oraz realizować uczenie się przez całe życie.		
K_U09	Posiada umiejętność wykorzystywania wiedzy teoretycznej do opisu i analizowania procesów zarządzania we współczesnych organizacjach turystycznych i sportowych, poszerzoną o formułowanie własnych opinii oraz o krytyczny dobór danych i metod analizy.	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
K_U10	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6U_U	P6S_UK
w zakresie kompetencji społecznych			
K_K01	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy oraz do samodzielnego podejmowania decyzji i oceny podjętych działań.	P6U_K	P6S_KO
K_K02	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i przekazywanych mu treści. Potrafi docenić znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.	P6U_K	P6S_KK
K_K03	Jest gotów do rozwijania dorobku zawodu przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz podejmowania działań na rzecz przestrzegania tych zasad, a także do kultywowania i upowszechniania wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim.	P6U_K	P6S_KR
K_K04	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych oraz inicjowania i współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.	P6U_K	P6S_KO
K_K05	Jest gotów do odpowiedniego określania priorytetów służących realizacji określonego przez siebie lub innych zadania, a także współdziałania i pracy w grupie, przyjmując różne role. Jest gotów do kierowania zespołem biorąc odpowiedzialność za efekty jego pracy.	P6U_K	P6S_KR P6S_KO
K_K06	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego.	P6U_K	P6S_KO

*) Symbol uniwersalnej charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu 6, zawartej w załączniku do Ustawy z dnia 22 grudnia 2015r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 226).

**) Symbol charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6, zawartej w załączniku do Rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6 - 8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz.U. z 2018r. poz.2218).

7. Macierz pokrycia efektów uczenia się

Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie wiedzy		K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	2	0	8
	Psychologia	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Prawo	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	0	0	0	3	1	0	0	0	4	0	0	0	8
	Finanse	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5
	Marketing	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4	0	12
	Etyka w biznesie	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4
	Ekonomia I	1	2	2	1	1	0	2	0	2	0	0	0	11
Semestr 2	Przedsiębiorczość	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
	Ekonomia II	1	2	2	1	1	0	2	0	2	0	0	0	11
	Socjologia	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4
	WF	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Ochrona własności intelektualnej	0	0	4	1	0	0	3	2	0	0	0	4	14
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	0	4	4	4	0	0	0	0	4	4	0	24
Semestr 3	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Rachunkowość	1	0	1	0	3	0	4	0	0	0	0	0	9
	Globalizacja	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	8
	Krajoznawstwo	0	3	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	8
	Geografia turystyczna	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	4
	WF	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Semestr 4	Marketing w turystyce	2	1	1	1	2	1	0	0	2	0	1	0	11
	Podstawy turystyki	1	4	3	0	1	3	0	0	0	3	0	0	15
	Hotelarstwo	1	4	4	0	0	1	2	0	0	2	3	0	17
	Fizjologia człowieka	0	6	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	7
	Statystyka	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Prawne aspekty działalności przedsiębiorstw turystycznych	0	0	4	1	0	0	4	2	0	0	0	1	12
Semestr 5	Jakość usług turystycznych	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	6
	Management and strategic analysis of a tourism organisations	2	1	1	0	1	2	0	0	1	0	0	0	8
	Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego	3	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	7
	Zarządzanie kadrami w turystyce	3	0	3	3	0	0	3	0	0	0	0	0	12
	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego	3	3	3	2	3	2	3	2	4	1	3	1	30
	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody	0	2	1	0	2	0	1	0	0	2	0	0	8
	Zarządzanie projektem turystycznym	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	6
	4 tygodnie praktyk	4	4	4	0	4	0	0	0	0	4	0	0	20
Semestr 5	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4
	International tourism market	4	4	1	1	0	0	4	0	0	0	1	0	15

	Analiza finansowa działalności turystycznej	0	4	4	0	4	0	0	4	0	0	0	0	16
	Hotelarstwo z elementami rekreacji	1	4	2	0	3	0	2	1	1	0	1	3	18
	Obsługa ruchu turystycznego	1	1	2	0	1	2	2	2	1	2	0	0	14
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	4
	Żywnienie człowieka	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	E-sprzedaż usług turystycznych	3	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	7
	Seminarium dyplomowe	4	4	0	0	4	0	0	0	0	0	3	0	15
Semestr 6	Marketing in tourism and hotel industry	3	3	0	0	3	0	0	0	3	3	3	0	18
	Strategia promocji usług turystycznych	4	0	1	1	0	0	0	0	0	4	0	0	10
	Modelowanie rynku usług turystycznych	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	8
	Ubezpieczenia w turystyce	4	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
	Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	4
	Seminarium dyplomowe	0	4	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	12
	SUMA	109	68	67	36	59	13	38	17	34	26	35	9	511

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie umiejętności:		K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	2	0	0	0	0	2	0	3	1	0	8
	Psychologia	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Prawo	0	4	0	0	4	0	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
	Finanse	3	0	0	0	0	0	1	4	0	0	8
	Marketing	4	4	4	0	0	4	4	4	4	0	28
	Etyka w biznesie	1	1	0	0	4	4	0	0	4	0	14
	Ekonomia I	1	2	4	0	2	1	2	0	0	0	12
Semestr 2	Przedsiębiorczość	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
	Ekonomia II	2	2	4	0	2	1	2	0	0	0	13
	Socjologia	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	4
	WF	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Ochrona własności intelektualnej	4	0	2	1	0	1	0	0	0	0	8
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4	4	4	4	4	0	4	4	0	32
Metody matematyczne w zarządzaniu	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	
Semestr 3	Rachunkowość	4	3	2	0	0	0	0	3	0	0	12
	Globalizacja	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Krajoznawstwo	0	3	1	2	1	1	0	1	0	0	9
	Geografia turystyczna	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	4
	WF	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Marketing w turystyce	1	1	0	2	0	0	1	0	2	0	7
	Podstawy turystyki	3	2	3	1	0	3	2	1	1	0	16
	Hotelarstwo	4	1	2	0	2	3	1	0	4	0	17
Semestr 4	Fizjologia człowieka	1	0	0	0	0	6	0	6	0	0	13
	Statystyka	0	0	4	4	0	0	4	0	0	0	12
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Prawne aspekty działalności przedsiębiorstw turystycznych	4	3	0	1	0	1	2	1	0	0	12
	Jakość usług turystycznych	1	0	0	0	1	3	1	0	0	0	6
Management and strategic analysis of a tourism organisations	2	0	1	1	0	0	1	0	0	4	9	

	Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	4	
	Zarządzanie kadrami w turystyce	3	3	3	0	0	2	0	3	0	0	14	
	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego	2	3	3	3	0	2	2	1	2	1	19	
	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody	0	2	2	1	1	1	0	0	0	0	7	
	Zarządzanie projektem turystycznym	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	4	
	4 tygodnie praktyk	0	0	4	0	0	0	0	4	4	0	12	
Semestr 5	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	
	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	4	
	International tourism market	4	4	0	0	0	4	4	4	4	4	28	
	Analiza finansowa działalności turystycznej	0	4	4	0	0	0	4	0	0	0	12	
	Hotelarstwo z elementami rekreacji	3	3	2	0	0	1	3	0	0	0	12	
	Obsługa ruchu turystycznego	1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	8	
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	5	
	Żywnienie człowieka	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4	
	E-sprzedaż usług turystycznych	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	4	
	Seminarium dyplomowe	4	3	4	0	4	4	4	0	4	0	27	
	Semestr 6	Marketing in tourism and hotel industry	3	3	3	3	0	3	0	3	3	0	21
		Strategia promocji usług turystycznych	4	0	0	0	1	4	0	4	1	0	14
Modelowanie rynku usług turystycznych		0	4	4	4	0	0	4	0	0	0	16	
Ubezpieczenia w turystyce		4	0	4	0	0	0	0	4	0	0	12	
Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce		1	1	1	0	0	0	3	0	0	0	6	
Seminarium dyplomowe		0	0	4	0	0	0	4	0	4	0	12	
	SUMA	73	71	77	38	27	59	53	69	44	41	552	

5

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie kompetencji społecznych:		K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	2	0	0	0	0	2	4
	Psychologia	0	0	0	0	0	0	0
	Prawo	0	4	0	0	4	0	8
	Technologie informacyjne	0	0	0	1	0	0	1
	Finanse	3	0	0	0	0	0	3
	Marketing	4	4	4	0	0	4	16
	Etyka w biznesie	1	1	0	0	4	4	10
	Ekonomia I	1	2	4	0	2	1	10
Semestr 2	Przedsiębiorczość	0	0	0	0	0	1	1
	Ekonomia II	2	2	4	0	2	1	11
	Socjologia	0	2	1	0	0	1	4
	WF	0	0	0	0	0	0	0
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0
	Ochrona własności intelektualnej	4	0	2	1	0	1	8
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4	4	4	4	4	24
Semestr 3	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	0	0	0	0	0	0
	Rachunkowość	4	3	2	0	0	0	9
	Globalizacja	0	4	0	0	0	0	4
	Krajoznawstwo	0	3	1	2	1	1	8
	Geografia turystyczna	0	0	2	0	0	0	2
	WF	0	0	0	0	0	0	0
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0
Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	
Marketing w turystyce	1	1	0	2	0	0	4	

	Podstawy turystyki	3	2	3	1	0	3	12
	Hotelarstwo	4	1	2	0	2	3	12
	Fizjologia człowieka	1	0	0	0	0	6	7
	Statystyka	0	0	4	4	0	0	8
Semestr 4	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0
	Prawne aspekty działalności przedsiębiorstw turystycznych	4	3	0	1	0	1	9
	Jakość usług turystycznych	1	0	0	0	1	3	5
	Management and strategic analysis of a tourism organisations	2	0	1	1	0	0	4
	Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego	1	0	1	2	0	0	4
	Zarządzanie kadrami w turystyce	3	3	3	0	0	2	11
	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego	2	3	3	3	0	2	13
	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody	0	2	2	1	1	1	7
	Zarządzanie projektem turystycznym	1	1	0	1	0	0	3
	4 tygodnie praktyk	0	0	4	0	0	0	4
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0
Semestr 5	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	0	0	0	4	0	0	4
	International tourism market	4	4	0	0	0	4	12
	Analiza finansowa działalności turystycznej	0	4	4	0	0	0	8
	Hotelarstwo z elementami rekreacji	3	3	2	0	0	1	9
	Obsługa ruchu turystycznego	1	2	1	1	1	1	7
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	0	2	2	0	0	1	5
	Żywnienie człowieka	0	0	0	0	0	0	0
	E-sprzedaż usług turystycznych	1	0	1	2	0	0	4
	Seminarium dyplomowe	4	3	4	0	4	4	19
	Marketing in tourism and hotel industry	3	3	3	3	0	3	15
Semestr 6	Strategia promocji usług turystycznych	4	0	0	0	1	4	9
	Modelowanie rynku usług turystycznych	0	4	4	4	0	0	12
	Ubezpieczenia w turystyce	4	0	4	0	0	0	8
	Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce	1	1	1	0	0	0	3
	Seminarium dyplomowe	0	0	4	0	0	0	4
	SUMA	73	71	77	38	27	59	345

Zarządzanie organizacją sportową

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie wiedzy		K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	2	0	8
	Psychologia	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Prawo	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	0	0	0	3	1	0	0	0	4	0	0	0	8
	Finanse	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5
	Marketing	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4	0	12
	Etyka w biznesie	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4
	Ekonomia I	1	2	2	1	1	0	2	0	2	0	0	0	11
Semestr 2	Przedsiębiorczość	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
	Ekonomia II	1	2	2	1	1	0	2	0	2	0	0	0	11
	Socjologia	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4
	WF	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4

	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Ochrona własności intelektualnej	0	0	4	1	0	0	3	2	0	0	0	4	14
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	0	4	4	4	0	0	0	0	4	4	0	24
	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Rachunkowość	1	0	1	0	3	0	4	0	0	0	0	0	9
Semestr 3	Globalizacja	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	8
	Krajoznawstwo	0	3	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	8
	Geografia turystyczna	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	4
	WF	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Marketing w turystyce	2	1	1	1	2	1	0	0	2	0	1	0	11
	Podstawy turystyki	1	4	3	0	1	3	0	0	0	3	0	0	15
	Hotelarstwo	1	4	4	0	0	1	2	0	0	2	3	0	17
	Fizjologia człowieka	0	6	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	7
	Statystyka	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	4
	Semestr 4	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Język niemiecki		4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Ubezpieczenia w sporcie		4	4	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12
Quality in sport		1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	6
Marketing usług sportowo-rekreacyjnych		1	2	0	2	0	0	0	1	2	0	0	0	8
Systemy informatyczne w zarządzaniu sportem		0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4
Funkcjonowanie jednostek pożytku publicznego		2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego		3	3	3	2	3	2	3	2	4	1	3	1	30
Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody		0	2	1	0	2	0	1	0	0	2	0	0	8
Zarządzanie projektem turystycznym 4 tygodnie praktyk		4	4	4	0	4	0	0	0	0	4	0	0	20
Semestr 5	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Analiza strategiczna organizacji sportowej	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5
	Relationship marketing in sport	3	3	0	0	3	0	0	0	3	3	3	0	18
	Strategia promocji organizacji sportowej	4	0	1	1	0	0	0	0	0	0	4	0	10
	Zarządzanie obiektem sportowym	1	1	0	1	0	1	2	0	2	0	0	0	8
	Logistyka imprez sportowych	1	3	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	8
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	4
	Żywność człowieka	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	E-sprzedaż usług turystycznych	3	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	7
Semestr 6	Seminarium dyplomowe	4	4	0	0	4	0	0	0	0	3	0	0	15
	Coaching in the sport organisations	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Planowanie i organizacja imprez sportowo-rekreacyjnych	1	2	0	2	0	0	0	1	2	0	0	2	10
	Zarządzanie kadrami w organizacji sportowej	3	0	3	3	0	0	3	0	0	0	0	0	12
	Analiza finansowa organizacji sportowych	0	4	4	0	4	0	0	4	0	0	0	0	16
	Turystyka sportowa	0	1	1	2	0	1	0	0	0	1	2	0	8
	Seminarium dyplomowe	0	4	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	12
SUMA	102	68	61	45	51	12	27	11	34	26	36	7	480	

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie umiejętności:		K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	2	0	0	0	0	2	0	3	1	0	8
	Psychologia	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Prawo	0	4	0	0	4	0	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
	Finanse	3	0	0	0	0	0	1	4	0	0	8
	Marketing	4	4	4	0	0	4	4	4	4	0	28
	Etyka w biznesie	1	1	0	0	4	4	0	0	4	0	14
	Ekonomia I	1	2	4	0	2	1	2	0	0	0	12
	Przedsiębiorczość	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
Semestr 2	Ekonomia II	2	2	4	0	2	1	2	0	0	0	13
	Socjologia	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	4
	WF	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Ochrona własności intelektualnej	4	0	2	1	0	1	0	0	0	0	8
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4	4	4	4	4	0	4	4	0	32
	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Rachunkowość	4	3	2	0	0	0	0	3	0	0	12
Semestr 3	Globalizacja	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Krajoznawstwo	0	3	1	2	1	1	0	1	0	0	9
	Geografia turystyczna	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	4
	WF	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Marketing w turystyce	1	1	0	2	0	0	1	0	2	0	7
	Podstawy turystyki	3	2	3	1	0	3	2	1	1	0	16
	Hotelarstwo	4	1	2	0	2	3	1	0	4	0	17
Fizjologia człowieka	1	0	0	0	0	6	0	6	0	0	13	
Semestr 4	Statystyka	0	0	4	4	0	0	4	0	0	0	12
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Ubezpieczenia w sporcie	4	0	4	0	0	0	0	4	0	0	12
	Quality in sport	1	0	0	0	1	3	1	0	0	0	6
	Marketing usług sportowo-rekreacyjnych	0	0	0	2	0	0	2	0	1	0	5
	Systemy informatyczne w zarządzaniu sportem	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	8
	Funkcjonowanie jednostek pożytku publicznego	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3
	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego	2	3	3	3	0	2	2	1	2	1	19
Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody	0	2	2	1	1	1	0	0	0	0	7	
Semestr 5	Zarządzanie projektem turystycznym	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	4
	4 tygodnie praktyk	0	0	4	0	0	0	0	4	4	0	12
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Analiza strategiczna organizacji sportowej	3	3	1	0	0	0	0	0	2	0	9
	Relationship marketing in sport	3	3	3	3	0	3	0	3	3	0	21
	Strategia promocji organizacji sportowej	4	0	0	0	1	4	0	4	1	0	14
	Zarządzanie obiektem sportowym	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	7
	Logistyka imprez sportowych	2	2	1	0	0	1	0	0	2	0	8
Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	5	
p s	Żywnienie człowieka	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	E-sprzedaż usług turystycznych	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	4
	Seminarium dyplomowe	4	3	4	0	4	4	4	0	4	0	27
	Coaching in the sport organisations	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4

	Planowanie i organizacja imprez sportowo-rekreacyjnych	0	0	0	2	0	0	2	0	2	0	6
	Zarządzanie kadrami w organizacji sportowej	3	3	3	0	0	2	0	3	0	0	14
	Analiza finansowa organizacji sportowych	0	4	4	0	0	0	4	0	0	0	12
	Turystyka sportowa	0	2	1	1	0	1	0	1	0	0	6
	Seminarium dyplomowe	0	0	4	0	0	0	4	0	4	0	12
	SUMA	64	66	72	35	27	54	40	70	48	33	509

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie kompetencji społecznych:		K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	4	1	0	0	3	0	8
	Psychologia	0	4	0	0	0	0	4
	Prawo	4	4	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	1	0	0	0	0	0	1
	Finanse	4	0	0	0	0	0	4
	Marketing	4	4	0	0	4	0	12
	Etyka w biznesie	0	4	4	0	0	0	8
	Ekonomia I	3	4	0	0	2	0	9
Semestr 2	Przedsiębiorczość	4	0	0	0	0	0	4
	Ekonomia II	3	4	0	0	2	0	9
	Socjologia	2	2	0	0	0	0	4
	WF	4	0	0	0	4	0	8
	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Ochrona własności intelektualnej	4	0	0	0	0	0	4
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4	1	0	4	0	13
Semestr 3	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	2	0	0	0	0	2
	Rachunkowość	0	3	1	0	0	0	4
	Globalizacja	1	3	0	0	0	0	4
	Krajoznawstwo	0	3	0	1	0	0	4
	Geografia turystyczna	0	4	0	0	0	0	4
	WF	4	0	0	0	4	0	8
	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Marketing w turystyce	3	2	0	0	0	0	5
	Podstawy turystyki	4	2	0	0	2	1	9
Semestr 4	Hotelarstwo	4	3	0	0	2	0	9
	Fizjologia człowieka	0	6	0	0	0	0	6
	Statystyka	0	0	0	0	0	0	0
	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Ubezpieczenia w sporcie	4	4	0	0	4	0	12
	Quality in sport	1	1	1	2	0	0	5
	Marketing usług sportowo-rekreacyjnych	1	2	0	0	1	0	4
	Systemy informatyczne w zarządzaniu sportem	0	0	0	0	0	0	0
	Funkcjonowanie jednostek pożytku publicznego	3	2	1	0	0	0	6
Semestr 4	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego	3	4	1	1	2	0	11
	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody	1	3	0	0	1	1	6
	Zarządzanie projektem turystycznym	1	2	0	1	0	0	4

	4 tygodnie praktyk	4	4	4	4	3	3	22
Semestr 5	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Analiza strategiczna organizacji sportowej	4	4	0	0	0	0	8
	Ralationship marketing in sport	3	3	0	0	3	0	9
	Strategia promocji organizacji sportowej	4	0	0	0	4	0	8
	Zarządzanie obiektem sportowym	1	1	0	1	1	0	4
	Logistyka imprez sportowych	0	0	0	0	4	0	4
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	2	2	0	0	0	0	4
	Żywnienie człowieka	0	0	0	0	4	0	4
	E-sprzedaż usług turystycznych	0	0	0	0	2	0	2
	Seminarium dyplomowe	4	4	4	0	0	0	12
	Semestr 6	Coaching in the sport organisations	0	4	0	0	0	0
Planowanie i organizacja imprez sportowo-rekreacyjnych		1	2	0	0	1	0	4
Zarządzanie kadrami w organizacji sportowej		0	0	3	0	3	0	6
Analiza finansowa organizacji sportowych		4	0	0	0	0	0	4
Turystyka sportowa		2	1	0	0	2	0	5
Seminarium dyplomowe		4	4	4	0	0	0	12
	SUMA	136	138	24	10	62	5	375

Turystyka sportowa

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie wiedzy		K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0	2	0	8
	Psychologia	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Prawo	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	0	0	0	3	1	0	0	0	4	0	0	0	8
	Finanse	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5
	Marketing	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	4	0	12
	Etyka w biznesie	2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	4
	Ekonomia I	1	2	2	1	1	0	2	0	2	0	0	0	11
Semestr 2	Przedsiębiorczość	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
	Ekonomia II	1	2	2	1	1	0	2	0	2	0	0	0	11
	Socjologia	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	4
	WF	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Ochrona własności intelektualnej	0	0	4	1	0	0	3	2	0	0	0	4	14
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	0	4	4	4	0	0	0	0	4	4	0	24
Semestr 3	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Rachunkowość	1	0	1	0	3	0	4	0	0	0	0	0	9
	Globalizacja	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	8
	Krajoznawstwo	0	3	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	8
	Geografia turystyczna	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	4
	WF	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Marketing w turystyce	2	1	1	1	2	1	0	0	2	0	1	0	11
	Podstawy turystyki	1	4	3	0	1	3	0	0	0	3	0	0	15
e s	Hotelarstwo	1	4	4	0	0	1	2	0	0	2	3	0	17
	Fizjologia człowieka	0	6	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	7
	Statystyka	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4

	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Zarządzanie w turystyce sportowej	1	1	0	1	0	1	2	0	2	0	0	0	8
	Quality in sport	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	6
	Analiza finansowa działalności turystycznej	0	4	4	0	4	0	0	4	0	0	0	0	16
	Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego	3	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	7
	Obsługa ruchu turystycznego	1	1	2	0	1	2	2	2	1	2	0	0	14
	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego	3	3	3	2	3	2	3	2	4	1	3	1	30
	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody	0	2	1	0	2	0	1	0	0	2	0	0	8
	Zarządzanie projektem turystycznym	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	6
	4 tygodnie praktyk	4	4	4	0	4	0	0	0	0	4	0	0	20
Semestr 5	Język angielski	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Język niemiecki	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4
	International tourism market	0	3	4	0	4	3	0	0	0	0	1	0	15
	Analiza strategiczna organizacji sportowej	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5
	Prawno-administracyjne aspekty organizacji imprez sportowych	0	4	0	0	4	0	0	0	4	4	0	4	20
	Zarządzanie personelem i wolontariat w turystyce sportowej	3	0	3	3	0	0	3	0	0	0	0	0	12
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	4
	Żywność człowieka	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	E-sprzedż usług turystycznych	3	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	7
Seminarium dyplomowe	4	4	0	0	4	0	0	0	0	0	3	0	15	
Semestr 6	Logistyka imprez sportowych	1	3	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	8
	Coaching in the sport organisations	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Marketingowe aspekty turystyki sportowej	1	1	0	1	0	1	2	0	2	0	0	0	8
	Planowanie i organizacja imprez sportowych	1	2	0	2	0	0	0	1	2	0	0	2	10
	Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	4
	Seminarium dyplomowe	0	4	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	12
	SUMA	93	66	60	41	57	17	32	15	40	28	28	11	488

Osoba posiadająca kwalifikacje pierwszego stopnia w zakresie umiejętności:		K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	SUMA
Semestr 1	Zarządzanie	2	0	0	0	0	2	0	3	1	0	8
	Psychologia	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Prawo	0	4	0	0	4	0	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
	Finanse	3	0	0	0	0	0	1	4	0	0	8
	Marketing	4	4	4	0	0	4	4	4	4	0	28
	Etyka w biznesie	1	1	0	0	4	4	0	0	4	0	14
	Ekonomia I	1	2	4	0	2	1	2	0	0	0	12
Semestr 2	Przedsiębiorczość	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	4
	Ekonomia II	2	2	4	0	2	1	2	0	0	0	13
	Socjologia	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	4
	WF	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4

	Ochrona własności intelektualnej	4	0	2	1	0	1	0	0	0	0	8
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4	4	4	4	4	0	4	4	0	32
	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Rachunkowość	4	3	2	0	0	0	0	3	0	0	12
Semestr 3	Globalizacja	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	Krajoznawstwo	0	3	1	2	1	1	0	1	0	0	9
	Geografia turystyczna	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	4
	WF	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Marketing w turystyce	1	1	0	2	0	0	1	0	2	0	7
	Podstawy turystyki	3	2	3	1	0	3	2	1	1	0	16
	Hotelarstwo	4	1	2	0	2	3	1	0	4	0	17
	Fizjologia człowieka	1	0	0	0	0	6	0	6	0	0	13
	Statystyka	0	0	4	4	0	0	4	0	0	0	12
	Język angielski	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
	Semestr 4	Zarządzanie w turystyce sportowej	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0
Quality in sport		1	0	0	0	1	3	1	0	0	0	6
Analiza finansowa działalności turystycznej		0	4	4	0	0	0	4	0	0	0	12
Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego		1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	4
Obsługa ruchu turystycznego		1	2	1	1	1	1	1	0	0	0	8
Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego		2	3	3	3	0	2	2	1	2	1	19
Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody		0	2	2	1	1	1	0	0	0	0	7
Zarządzanie projektem turystycznym		1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	4
4 tygodnie praktyk		0	0	4	0	0	0	0	4	4	0	12
Język angielski		0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
Język niemiecki	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4	
Semestr 5	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	4
	International tourism market	4	4	4	0	4	4	0	4	4	0	28
	Analiza strategiczna organizacji sportowej	3	3	1	0	0	0	0	0	2	0	9
	Prawno-administracyjne aspekty organizacji imprez sportowych	0	4	4	0	4	4	0	0	0	0	16
	Zarządzanie personelem i wolontariat w turystyce sportowej	3	3	3	0	0	2	0	3	0	0	14
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	5
	Żywność człowieka	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	E-sprzedż usług turystycznych	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	4
	Seminarium dyplomowe	4	3	4	0	4	4	4	0	4	0	27
	Logistyka imprez sportowych	2	2	1	0	0	1	0	0	2	0	8
Semestr 6	Coaching in the sport organisations	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	4
	Marketingowe aspekty turystyki sportowej	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	7
	Planowanie i organizacja imprez sportowych	0	0	0	2	0	0	2	0	2	0	6
	Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce	1	1	1	0	0	0	3	0	0	0	6
	Seminarium dyplomowe	0	0	4	0	0	0	4	0	4	0	12
	SUMA	60	67	75	33	36	55	43	63	48	33	513

Osoba posiadająca kwalifikację pierwszego stopnia w zakresie kompetencji społecznych:		K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	SUMA
9	Zarządzanie	4	1	0	0	3	0	8

	Psychologia	0	4	0	0	0	0	4
	Prawo	4	4	0	0	0	0	8
	Technologie informacyjne	1	0	0	0	0	0	1
	Finanse	4	0	0	0	0	0	4
	Marketing	4	4	0	0	4	0	12
	Etyka w biznesie	0	4	4	0	0	0	8
	Ekonomia I	3	4	0	0	2	0	9
	Przedsiębiorczość	4	0	0	0	0	0	4
Semestr 2	Ekonomia II	3	4	0	0	2	0	9
	Socjologia	2	2	0	0	0	0	4
	WF	4	0	0	0	4	0	8
	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Ochrona własności intelektualnej	4	0	0	0	0	0	4
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4	1	0	4	0	13
	Metody matematyczne w zarządzaniu	0	2	0	0	0	0	2
Semestr 3	Rachunkowość	0	3	1	0	0	0	4
	Globalizacja	1	3	0	0	0	0	4
	Krajoznawstwo	0	3	0	1	0	0	4
	Geografia turystyczna	0	4	0	0	0	0	4
	WF	4	0	0	0	4	0	8
	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Marketing w turystyce	3	2	0	0	0	0	5
	Podstawy turystyki	4	2	0	0	2	1	9
	Hotelarstwo	4	3	0	0	2	0	9
	Fizjologia człowieka	0	6	0	0	0	0	6
Semestr 4	Statystyka	0	0	0	0	0	0	0
	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Zarządzanie w turystyce sportowej	1	1	0	1	1	0	4
	Quality in sport	1	1	1	2	0	0	5
	Analiza finansowa działalności turystycznej	4	0	0	0	0	0	4
	Techniki komputerowe w obsłudze ruchu turystycznego	0	0	0	0	2	0	2
	Obsługa ruchu turystycznego	2	2	0	0	2	0	6
	Biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego	3	4	1	1	2	0	11
	Kształtowanie środowiska i ochrona przyrody	1	3	0	0	1	1	6
	Zarządzanie projektem turystycznym	1	2	0	1	0	0	4
	4 tygodnie praktyk	4	4	4	4	3	3	22
Semestr 5	Język angielski	4	4	0	0	0	0	8
	Język niemiecki	4	4	0	0	0	0	8
	Nowoczesne technologie w turystyce, hotelarstwie i gastronomii	0	4	0	0	0	0	4
	International tourism market	4	4	4	4	1	4	21
	Analiza strategiczna organizacji sportowej	4	4	0	0	0	0	8
	Prawno-administracyjne aspekty organizacji imprez sportowych	4	0	0	0	0	4	8
	Zarządzanie personelem i wolontariat w turystyce sportowej	0	0	3	0	3	0	6
	Organizacja czasu wolnego i wypoczynku	2	2	0	0	0	0	4
	Żywnienie człowieka	0	0	0	0	4	0	4
	E-sprzedaż usług turystycznych	0	0	0	0	2	0	2
Semestr 6	Seminarium dyplomowe	4	4	4	0	0	0	12
	Logistyka imprez sportowych	0	0	0	0	4	0	4
	Coaching in the sport organisations	0	4	0	0	0	0	4
	Marketingowe aspekty turystyki sportowej	1	1	0	1	1	0	4
	Planowanie i organizacja imprez	1	2	0	0	1	0	4

	sportowych							
	Rachunkowość i systemy podatkowe w turystyce	0	4	0	0	0	0	4
	Seminarium dyplomowe	4	4	4	0	0	0	12
	SUMA	130	141	27	15	54	13	380

8. Sylabusy do przedmiotów

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	SZKOLENIE DOTYCZĄCE BEZPIECZNYCH I HIGIENICZNYCH WARUNKÓW KSZTAŁCENIA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Inspektorat BHP PCz
<u>Osoba sporządzająca</u>	Mgr inż. Andrzej Ogłóza
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Obowiązkowy
<u>Liczba punktów ECTS</u>	0

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Praktyka</u>
4	-	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przekazanie podstawowych wiadomości dotyczących bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia. Podstawowe pojęcia. Najważniejsze przepisy prawne w zakresie BHP.
- C2. Nabycie przez studentów umiejętności rozpoznawania zagrożeń dla życia i zdrowia. Czynniki niebezpieczne, szkodliwe i uciążliwe związane z procesem kształcenia. Przeciwdziałanie zagrożeniom. Środki ochrony zbiorowej i indywidualnej. Wypadek w szczególnych okolicznościach.
- C3. Poznanie zasad profilaktycznej opieki lekarskiej oraz zasad jej sprawowania w odniesieniu do osób podlegających kształceniu. Przygotowanie do udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.
- C4. Przekazanie wiadomości o przyczynach powstawania pożarów oraz zasadach postępowania w razie pożaru.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza o zasadach bezpiecznego postępowania.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna podstawowe pojęcia z zakresu BHP oraz zasady bezpiecznego postępowania podczas korzystania z infrastruktury Uczelni.
- EU 2 – Student potrafi rozpoznać zagrożenie i uniknąć szkodliwych następstw.
- EU 3 – Student potrafi zachować się właściwie w razie wypadku innych osób i udzielić pierwszej pomocy.
- EU 4 – Student ma wiedzę na temat zagrożeń pożarowych oraz postępowania w razie pożaru lub innych zagrożeń; analizuje i rozwiązuje problemy związane z bezpieczeństwem i higieną pracy.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁAD – 4 godziny	Liczba godzin
W 1 - Informacje organizacyjne, podstawowe pojęcia i przepisy prawne w dziedzinie bhp.	1
W 2 - Zagrożenia wypadkowe i zagrożenia dla zdrowia mogące wystąpić w środowisku Uczelni. Czynniki niebezpieczne, szkodliwe i uciążliwe. Czynniki chemiczne, biologiczne i psychospołeczne. Środki ochrony zbiorowej i indywidualnej, odzież i obuwie robocze. Pojęcie wypadku w szczególnych okolicznościach. Sposób postępowania w razie wypadku. Postępowanie powypadkowe - protokół ustalenia okoliczności i przyczyn wypadku.	1
W 3 - Profilaktyczna opieka lekarska i zasady jej sprawowania w stosunku do osób podlegających kształceniu. Udzielanie pierwszej pomocy w razie wypadku, alarmowanie i wzywanie pomocy. Zabezpieczenie miejsca wypadku do celów postępowania powypadkowego.	1
W4 - Ochrona przeciwpożarowa. Przyczyny powstawania pożarów. Wyposażenie budynków w instalacje alarmowe, gaśnicze i systemy wentylacyjne. Oznaczenie dróg ewakuacyjnych. Rozmieszczenie gaśnic w obiektach. Postępowanie w razie pożaru, alarmowanie i wzywanie pomocy. Ewakuacja z obiektu.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Prezentacja multimedialna
2. Skrypt dla studentów

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

P. Zaliczenie na podstawie obecności na wykładzie

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	4	0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN / PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	4	0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

1. Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 30.10.2018 r. w sprawie sposobu zapewnienia w uczelni bezpiecznych i higienicznych warunków pracy i kształcenia.
2. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 26.08.2014 r. w sprawie badań lekarskich kandydatów do szkół ponadpodstawowych lub wyższych i na kwalifikacyjne kursy zawodowe, uczniów tych szkół, studentów, słuchaczy kwalifikacyjnych kursów zawodowych oraz uczestników studiów doktoranckich.
3. Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 26.09.1997 r. w sprawie ogólnych przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy.
4. Ustawa z 30.10.2002 r. o zaopatrzeniu z tytułu wypadków lub chorób zawodowych powstałych w szczególnych okolicznościach.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Mgr inż. Andrzej Ogłóza, bhp@adm.pcz.czest.pl

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY

Efekty 1, 2, 3 i 4	Zaliczenie
---------------------------	-------------------

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje dla studentów na temat planu zajęć dostępne są na tablicy ogłoszeń oraz na stronie internetowej.

Informacje na temat warunków zaliczania zajęć przekazywana jest studentom podczas zajęć.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	MARKETING
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Izabella Sowiec-Kasprzyk
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	6

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Zapoznanie studentów istotą marketingu, zasadami współczesnego marketingu i oddziaływaniem instrumentów marketingowych.

C2. Wykształcenie umiejętności posługiwania się narzędziami marketingowymi w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstw na rynkach krajowych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna fundamentalne zasady funkcjonowania rynku.

Student zna podstawy zarządzania i ekonomii.

Student zna podstawowe zasady i narzędzia nowoczesnych technologii wspierające działania marketingowe.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi zaplanować i przeprowadzić badanie marketingowe, dobierając odpowiednie metody i techniki.

EU 2 – Student potrafi przeprowadzić proces segmentacji rynku i określić grupy docelowe.

EU 3 – Student potrafi opracować działania z zakresu marketingu mix – zna podstawy kreowania nowych produktów, określenia ich cen, kanałów dystrybucji i działań promocyjnych.

EU 4 – Student potrafi zaprojektować kampanię promocyjną produktów wybranego przedsiębiorstwa na rynku.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W1 – Wprowadzenie do przedmiotu. Istota współczesnego marketingu. Podstawowe definicje.	2
W2 – Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa.	2
W3 – Badania marketingowe. Podstawowe metody, techniki i narzędzia.	2
W4 – Zarządzanie marketingowe.	2
W5 – Segmentacja rynku. Kryteria segmentacji.	2
W6 - Plan marketingowy.	2
W7 – Koncepcja marketingu mix, narzędzia marketingu mix w usługach.	2

W8 – Produkt jako jeden z elementów marketingu mix, struktura produktu, cykl życia produktu, asortyment.	2
W9 – Marka produktu.	2
W10 – Cena w marketingu. Metody ustalania cen.	2
W11 – Dystrybucja produktów. Kanały dystrybucji. Franczyza.	2
W12 – Promocja produktów. Narzędzia promocji mix. Założenia kampanii promocyjnej.	2
W13 – Reklama. Public relations.	2
W14 – Sprzedaż osobista. Marketing bezpośredni. Promocja sprzedaży.	2
W15 – Nowoczesne technologie w służbie marketingu.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
C1 – Zajęcia wprowadzające. Prezentacja zasad uzyskania zaliczenia. Podział na zespoły robocze. Wybór tematyki prac projektowych.	2
C2 – Charakterystyka przedsiębiorstwa, opis otoczenia marketingowego w tym konkurencji.	2
C3 – Wstęp do badań marketingowych. Określenie celu badań, zakresów badań, dobór próby, budowa narzędzia badawczego.	2
C4 – Przeprowadzenie badania pilotażowego. Prezentacja projektu badań marketingowych – Power point.	2
C5 – Założenia segmentacji rynku. Kryteria segmentacji. Praca w zespołach. Case study.	2
C6 – Marketing mix. Produkt, jego struktura, cykl życia, asortyment – ćwiczenie w zespołach.	2
C7 – Marketing mix. Cena produktu, metody ustalania cen, strategie cenowe – ćwiczenie w zespołach.	2
C8 – Marketing mix. Dystrybucja produktów, kanały dystrybucji – praca w zespołach.	2
C9 – Promocja mix. Reklama i public relations – praca w zespołach.	2
C10 – Promocja mix. Sprzedaż osobista, marketing bezpośredni i promocja sprzedaży.	2
C11 – Projekt kampanii promocyjnej wybranego produktu.	2
C12, C13, C14 – Prezentacja prac zespołów.	6
C15 – Podsumowanie wiadomości, ocena zajęć.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Książki, podręczniki, artykuły w specjalistycznych czasopismach
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej
5. Filmy, prezentacje zdjęciowe, materiały prezentujące działania marketingowe

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ćwiczenia w grupach – aktywność na zajęciach
F2. Projekty przygotowywane w kilkusobowych zespołach, ocena aktywności na zajęciach (kreatywność, udział w dyskusji, trafność analizy i wniosków)
P1. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	60	2,4
Udział w konsultacjach	4	0,16
Egzamin	2	0,08
Przygotowanie do ćwiczeń	25	1,00
Opracowanie pisemne	49	1,96
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	150	6,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

G. Armstrong, Ph. Kotker, Marketing. Wprowadzenie, Warszawa: Wolters Kluwer Polska Sp. z o. o., 2012.

H. Mruk, B. Pilarczyk, M. Sławińska, Marketing: koncepcje - strategie – trendy, Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2015.

Ph. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0: era cyfrowa, MT Biznes, Warszawa 2017.

E. Michalski, Marketing: podręcznik akademicki, Wydaw. Nauk. PWN, Warszawa 2007.

Literatura uzupełniająca:

E. Waliczek, M. Szczurki, T. Trębacz, Zarządzanie marketingowe: aspekty teoretyczno-praktyczne, Wydawnictwo Naukowe "Sophia", Katowice 2017.

A. Widawska-Stanis, Internetowy marketing szepcany jako nowa forma promocji przedsiębiorstw z sektora MŚP, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2013.

P. Zaborek, Elements of Marketing Research, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa, 2015.

A. Payne, Marketing usług, PWE, Warszawa 1996.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis, agnieszka.widawska-stanis@wz.pcz.pl

Dr inż. Izabella Sowier-Kasprzyk, izabella.sowier-kasprzyk@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2,	W2, W5-W6, C1, C2, C3, C4, C5, C6	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1
EU 2	K_W01, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2	W3, W5, C5	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1
EU 3	K_W01, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2	W1,W4, W6-W15, C6, C7, C8, C9, C10, C11	1, 2, 3, 4, 5	F1,F2, P1
EU 4	K_W01, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2	W12, W13, W14,W15, C6, C7,C9-C10, C11-C12, C13-C14	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zaplanować i przeprowadzić badań marketingowych, nie zna odpowiednich metod i technik.	Student nie potrafi zaplanować i przeprowadzić badania marketingowego, potrafi wymienić odpowiednie metody i techniki.	Student potrafi zaplanować i przeprowadzić badanie marketingowe, dobierając odpowiednie metody i techniki.	Student potrafi zaplanować i przeprowadzić badanie marketingowe, dobierając odpowiednie metody i techniki, opracować narzędzia badawcze, przeprowadzić badanie pilotażowe.
Efekt 2	Student nie potrafi przeprowadzić procesu segmentacji rynku i określić grup docelowych.	Student zna kryteria segmentacji i potrafi przeprowadzić proces segmentacji rynku, nie potrafi na tej podstawie określić grup docelowych.	Student potrafi przeprowadzić proces segmentacji rynku i określić grupy docelowe.	Student potrafi przeprowadzić proces segmentacji rynku i określić grupy docelowe, jest aktywny w dyskusji nad praktycznym zastosowaniem procesu segmentacji, zna przykłady konkretnych działań segmentacyjnych.
Efekt 3	Student nie potrafi opracować działań z zakresu marketingu mix – nie zna podstawy kreowania nowych produktów, określenia ich cen, kanałów dystrybucji i działań promocyjnych.	Student zna podstawy kreowania nowych produktów, określenia ich cen, kanałów dystrybucji i działań promocyjnych. Nie potrafi opracować działań z zakresu marketingu mix.	Student potrafi opracować działania z zakresu marketingu mix – zna podstawy kreowania nowych produktów, określenia ich cen, kanałów dystrybucji i działań promocyjnych.	Student potrafi opracować działania z zakresu marketingu mix – zna podstawy kreowania nowych produktów, określenia ich cen, kanałów dystrybucji i działań promocyjnych. Porusza się z łatwością w problematyce działań marketingowych, zna przykłady wykorzystania różnych narzędzi.
Efekt 4	Student nie zna żadnych pojęć związanych z promocją, nie potrafi zaprojektować kampanii promocyjnej produktów wybranego przedsiębiorstwa na rynku.	Student zna podstawowe instrumenty promocji, nie potrafi jednak zaprojektować kampanii promocyjnej produktów wybranego przedsiębiorstwa na rynku.	Student potrafi zaprojektować kampanię promocyjną produktów wybranego przedsiębiorstwa na rynku.	Student potrafi zaprojektować kampanię promocyjną produktów wybranego przedsiębiorstwa na rynku proponując konkretne praktyczne rozwiązania, stosując przy tym nowoczesne środki komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, planując budżet kampanii.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz znajdują się w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	PSYCHOLOGIA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Małgorzata Randak – Jeziarska Mgr Ewelina Chrapek
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Pogłębienie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu psychologii ogólnej.
C2. Pogłębienie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu metod badawczych stosowanych w psychologii.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Odczuwanie potrzeby doskonalenia własnej wiedzy.
Umiejętność dyskusowania, krytycyzm.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student ma wiedzę z zakresu kierunków psychologicznych.
EU 2 – Student posiada wiedzę na temat psychologicznych koncepcji człowieka.
EU 3 – Student ma wiedzę z zakresu metod badawczych stosowanych w psychologii.
EU 4 – Student posiada wiedzę na temat procesów poznawczych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów psychologicznych.	1
W 2- Psychologia naukowa i przednaukowa. Korzenie psychologii.	1
W 3- Trzy wielkie szkoły psychologiczne – behawioryzm, psychologia postaci (Gestalt), psychoanaliza. Psychologia humanistyczna.	2
W 4- Sześć podstawowych perspektyw współczesnej psychologii.	1
W 5- Cztery kroki metody naukowej (hipoteza, zebranie danych, analiza wyników, prezentacja). Pięć rodzajów badań psychologicznych (eksperymenty, badania korelacyjne, sondaże, obserwacja w warunkach naturalnych, studia przypadków).	1
W 6- Ocena psychologiczna (testy psychologiczne).	1
W 7- Omówienie specyfiki metod eksperymentalnych. Eksperyment S. Milgrama. Eksperyment więzienny - F. Zimbardo.	1
W 8- Geny czy wychowanie? Epigenetyka.	1

W 9- Percepcja.	1
W 10- Pamięć. Mnemotechniki.	1
W 11- Uczenie się.	1
W 12- Myślenie. Rodzaje inteligencji (inteligencja ogólna, inteligencja emocjonalna, inteligencje wielorakie).	1
W 13- Motywacja.	1
W 14- Osobowość.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
C 1- Zajęcia wprowadzające – omówienie zasad prowadzenia ćwiczeń, formy i warunków zaliczania, przedstawienie problematyki ćwiczeń.	1
C 2- Przegląd kierunków w psychologii.	1
C 3, C4- Psychologiczne koncepcje człowieka.	2
C 5, C6- Metody badawcze w psychologii.	2
C 7, C8- Procesy poznawcze. Percepcja i jej prawidłowości.	2
C 9, C10- Procesy poznawcze. Rodzaje uwagi. Pamięć.	2
C 11- Uczenie się. Warunkowanie klasyczne i instrumentalne.	1
C 12- Osobowość.	1
C 13, C14- Psychologia społeczna.	2
C 15- Kolokwium zaliczeniowe.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

P1. Kolokwium zaliczeniowe

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład i Ćwiczenia	30	1,2
Przygotowanie się do ćwiczeń	5	0,2
Przygotowanie się do zaliczenia	5	0,2
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	5	0,2
Obecność na konsultacjach	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	50	2,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Zimbardo P. G., Johnson R. L., McCann V., *Psychologia* t.1 - 5, PWN, Warszawa 2017.

Zimbardo P. G., Gerrig R. J., *Psychologia i życie*, PWN, Warszawa 2017.

Literatura uzupełniająca:

Aronson E., Wilson T. D., Akert, R. M., *Psychologia społeczna – serce i umysł*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 2012.

Randak-Jezierska M., *Gestaltowskie spotkanie w dialogu Ja - Ty. Tworzenie bezpiecznej przestrzeni do dialogu w szkole*, [w:] Łukasik J., Nowosad I., Szymański M. J. (red.), *Edukacja równość czy jakość?*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Małgorzata Randak – Jezierska, malgorzata.randak-jezierska@wz.pcz.pl

Mgr Ewelina Chrapek, ewelina.chrapek@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01; K_U08; K_K02	C1	W2-W4, C2	1,2	P1
EU 2	K_W01 K_U08 K_K02	C1	W1-W4, W8, W13, W14, C3, C4, C12- C14	1,2	P1
EU 3	K_W01; K_U08; K_K02	C2	W5, W6, W7, C5, C6	1,2	P1
EU 4	K_W01; K_U08; K_K02	C1	W9-W12, C7- C11	1,2	P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie ma podstawowej wiedzy z zakresu kierunków psychologicznych.	Student ma wybiórczą wiedzę z zakresu kierunków psychologicznych.	Student ma podstawową wiedzę z zakresu kierunków psychologicznych, którą potrafi oprzeć na przykładach.	Student ma podstawową wiedzę z zakresu kierunków psychologicznych, potrafi oprzeć ją na przykładach i krótko je scharakteryzować.
Efekt 2	Student nie posiada podstawowej wiedzy na temat psychologicznych koncepcji człowieka.	Student posiada wybiórczą wiedzę na temat psychologicznych koncepcji człowieka.	Student posiada podstawową wiedzę na temat psychologicznych koncepcji człowieka, potrafi podać stosowne przykłady.	Student posiada podstawową wiedzę na temat psychologicznych koncepcji człowieka, potrafi podać stosowne przykłady i krótko je omówić.
Efekt 3	Student nie ma podstawowej wiedzy z zakresu metod badawczych stosowanych w psychologii.	Student ma wybiórczą wiedzę z zakresu metod badawczych stosowanych w psychologii.	Student ma podstawową wiedzę z zakresu metod badawczych stosowanych w psychologii, potrafi oprzeć ją na przykładach.	Student ma podstawową wiedzę z zakresu metod badawczych stosowanych w psychologii, potrafi oprzeć ją na przykładach i krótko je scharakteryzować.
Efekt 4	Student nie posiada podstawowej wiedzy na temat procesów poznawczych.	Student posiada wybiórczą wiedzę na temat procesów poznawczych.	Student posiada podstawową wiedzę na temat procesów poznawczych, potrafi oprzeć ją na przykładach.	Student posiada podstawową wiedzę na temat procesów poznawczych, potrafi oprzeć ją na przykładach i krótko je omówić.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu (5 piętro, naprzeciw pokoju 513).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu	PRAWO
Kierunek	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
Forma studiów	Stacjonarne
Poziom kwalifikacji	Pierwszego stopnia
Rok	1
Semestr	I
Jednostka prowadząca	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
Osoba sporządzająca	Dr Anna Bazan-Bulanda
Profil	Ogólnoakademicki
Rodzaj przedmiotu	Kształcenia podstawowego
Liczba punktów ECTS	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium
30	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie natury prawa i jego źródeł.
 C2. Wykształcenie w studentach umiejętności interpretacji i stosowania prawa w praktyce.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student posiada wiedzę ogólną na temat państwa i jego funkcjonowania.
 Student zna podział władzy oraz zasad jej równoważenia.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student identyfikuje źródła prawa polskiego i unijnego.
 EU 2 – Student charakteryzuje podmioty stosunków prawnych.
 EU 3 – Student klasyfikuje przedmioty stosunków prawnych.
 EU 4 – Student wykazuje się wiedzą o czynnościach prawnych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W 1- Istota, pojęcie i funkcje prawa.	2
W 2- Tworzenie prawa. Źródła polskiego prawa.	2
W 3- Podstawy prawa Unii Europejskiej. Prawo wewnętrzne i międzynarodowe.	2
W 4- Stosunek prawny i jego powstanie.	2
W 5- Czynności prawne- pojęcie, klasyfikacja.	3
W 5- Podmioty prawa- osoby fizyczne. Zdolność prawna, zdolność do czynności prawnych.	3
W 6- Podmioty prawa- osoby prawne, ich powstanie, rejestracja i funkcjonowanie.	3
W 7- Jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej którym przepis szczególny przyznaje zdolność prawną.	3
W 8- Przedsiębiorcy- pojęcie, rodzaje, rejestracja.	3
W 8- Przedmioty stosunków cywilnoprawnych.	2
W 9- Przedsiębiorstwo jako szczególny przedmiot stosunków cywilnoprawnych.	1
W 10- Umowy- rodzaje, sposoby zawarcia (oferta, negocjacje, przetarg).	2
W 11- Przedawnienie roszczeń.	1

W 12- Terminy- pojęcie i zasady obliczania.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
C 1- Zasady interpretacji przepisów prawa.	3
C 2- Rola i źródła orzecznictwa sądowego.	3
C 3- Przyporządkowywanie podstawy prawnej i orzecznictwa do stanów faktycznych.	4
C 4- Samodzielne opracowywanie rozwiązań kazusów.	4
C 5- Sprawdzenie wiadomości.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Akty prawne z orzecznictwem
3. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Przygotowanie przeglądu orzecznictwa
 F2. Prezentacja opracowanych kazusów
 P1. Sprawdzian pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	45	1,8
Przygotowanie do ćwiczeń		15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą		10	0,4
Obecność na konsultacjach		5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		75	3,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Wstęp do prawoznawstwa / Józef Nowacki, Zygmunt Tobor. Kraków: Kantor Wydaw. "Zakamycze", 2000.

Podstawy prawa dla ekonomistów / red. nauk. Bogusława Gnela. (Seria Akademicka), Warszawa: Wolters Kluwer, 2015.

Zdzisław Muras, Podstawy prawa, C.H.Beck 2017.

Literatura uzupełniająca:

Zbigniew Radwański, Adam Olejniczak, Prawo cywilne - część ogólna , C.H.Beck 2011.

Adam Łazowski, Rudolf Ostrihansky, Maria Magdalena Kenig Witkowska ,Prawo instytucjonalne Unii Europejskiej, C.H.Beck 2011.

Anna Bazan-Bulanda, Zagadnienia legislacyjne- dyrektywy unijne (w:) Efektywność w sektorze dystrybucji energii elektrycznej. Aspekty ekonomiczne. Pod red. Jerzego Szkutnika, Bydgoszcz 2009.

Anna Bazan-Bulanda, Legal Aspects for Food Safety (w:) The Role of Management Functions in Successful Enterprise Performance (red.) Felicjan Byłok, Anita Tangl, Budapest 2016.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Anna Bazan-Bulanda, anna.bazan-bulanda@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W03, K_W07, K_U02, K_U05, K_K01, K_K02	C1	W1-3	1,2,3	F,P
EU 2	K_W03, K_W07, K_U02, K_U05, K_K01, K_K02	C1, C2	W 5-8, C1-2	1,2,3	F,P
EU 3	K_W03, K_W07, K_U02, K_U05, K_K01, K_K02	C1, C2	W 8-9, C 3-4	1,2,3	F,P
EU 4	K_W03, K_W07, K_U02, K_U05, K_K01, K_K02	C1, C2	W 4-5, W10-12, C 3-4	1,2,3	F,P

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student identyfikuje źródła prawa polskiego i unijnego poniżej 60%.	Student identyfikuje źródła prawa polskiego i unijnego pomiędzy 61%-77%.	Student identyfikuje źródła prawa polskiego i unijnego pomiędzy 78%-95%.	Student identyfikuje źródła prawa polskiego i unijnego powyżej 95%.
Efekt 2	Student charakteryzuje podmioty stosunków prawnych poniżej 60%.	Student charakteryzuje podmioty stosunków prawnych pomiędzy 61%-77%.	Student charakteryzuje podmioty stosunków prawnych pomiędzy 78%-95%.	Student charakteryzuje podmioty stosunków prawnych powyżej 95%.
Efekt 3	Student klasyfikuje przedmioty stosunków prawnych poniżej 60%.	Student klasyfikuje przedmioty stosunków prawnych pomiędzy 61%-77%.	Student klasyfikuje przedmioty stosunków prawnych pomiędzy 78%-95%.	Student klasyfikuje przedmioty stosunków prawnych powyżej 95%.
Efekt 4	Student wykazuje się wiedzą o czynnościach prawnych poniżej 60%.	Student wykazuje się wiedzą o czynnościach prawnych pomiędzy 61%-77%.	Student wykazuje się wiedzą o czynnościach prawnych pomiędzy 78%-95%.	Student wykazuje się wiedzą o czynnościach prawnych powyżej 95%.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. podawane są studentom na pierwszych zajęciach oraz jeśli to konieczne, przesyłane drogą elektroniczną. Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału. Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsc) znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	TECHNOLOGIE INFORMACYJNE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informacyjnych Systemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Paula Pyplacz
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Zapoznanie z istotą technologii informacyjnej i obszarami jej zastosowania w przedsiębiorstwie, w tym również z systemami informatycznymi.

C2. Przystwojenie sobie umiejętności stosowania aplikacji wchodzących w skład pakietów typu „Office”.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student potrafi uruchamiać programy zainstalowane na komputerze.

Student potrafi wpisywać tekst w edytorach tekstu.

Student potrafi wpisywać wartości liczbowe i teksty w arkuszu kalkulacyjnym.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student posiada wiedzę na temat istoty technologii informacyjnej. Rozumie istotę automatycznego przetwarzania danych i znaczenie tego procesu w organizacjach.

EU 2 – Student opisuje podstawowe technologie informacyjne i prawidłowo porusza się w tej tematyce. Rozumie podstawowe pojęcia i potrafi je rozwinąć.

EU 3 – Student posiada elementarną wiedzę z zakresu istoty systemów informatycznych zarządzania. Zna typologię, typy systemów oraz obszary ich wykorzystania w przedsiębiorstwie.

EU 4 – Student biegle stosuje aplikacje wchodzące w skład pakietów typu „Office” oraz sprawnie używa usług w sieci Internet oraz oprogramowania w chmurze. Tworzy zaawansowane dokumenty w edytorach tekstu i arkuszach kalkulacyjnych, tworzy prezentacje multimedialne.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z technologią informacyjną.	1
W 2- Dane, informacje, wiadomości. Istota i fazy przetwarzania danych.	1
W 3- Obszary wykorzystania technologii informacyjnej w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	1
W 4- System komputerowy: hardware i software.	1
W 5-W6- Technologie gromadzenia danych, przetwarzania danych, magazynowania danych, przesyłania i transmisji danych.	2
W 7- Technologie baz danych.	1

W 8- Społeczeństwo informacyjne – podstawowe usługi, możliwości wykorzystania technologii informacyjnej.	1
W 9- Technologie i usługi w sieci Internet.	1
W 10- Istota systemów informatycznych zarządzania.	1
W 11- W 12- Typologia systemów informatycznych zarządzania.	2
W 13- W 15- Przechowywanie i przetwarzanie informacji w chmurze obliczeniowej.	3
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C1- Zajęcia wprowadzające – zasady wykonywania ćwiczeń laboratoryjnych, regulamin pracowni komputerowej.	1
C 2- C 5- Podstawowe operacje na edytorze tekstu.	4
C 6- C 11- Zaawansowane funkcje edytora tekstu. Automatyzacja pracy z edytorem.	6
C 12- C 15- Podstawowe operacje w arkuszach kalkulacyjnych.	4
C 16- C 21- Zaawansowane funkcje w programie MS Excel.	6
C 22- C 25- Tworzenie prezentacji multimedialnych w programie MS Power Point.	4
C 26- C 29- Oprogramowanie użytkowe dostępne w chmurze obliczeniowej.	4
C 30- Sprawdzian wiedzy teoretycznej.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny i komputerowy
3. Pakiet MS Office
4. Instrukcje laboratoryjne
5. Platforma e-learningowa

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadania praktyczne (w Pakiecie MS Office) wykonywane na komputerze
 F2. Zadanie – oprogramowanie w chmurze
 F3. Aktywności i zadania realizowane na platformie e-learningowej
 P1. Sprawdzian wiedzy teoretycznej

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład i Ćwiczenia	45	1,8
Przygotowanie się do zaliczenia		12	0,48
Przygotowanie do ćwiczeń		10	0,4
Obecność na konsultacjach		2	0,08
Zapoznanie z literaturą		6	0,24
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Nowicki A., Turek T., Technologie informacyjne dla ekonomistów. Narzędzia. Zastosowania, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2010.

Kiełtyka L., Komunikacja w zarządzaniu: techniki, narzędzia i formy przekazu informacji, Placet, Warszawa 2002.

Wrycza S., Informatyka ekonomiczna: podręcznik akademicki, PWE, Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca:

Jelonek D, Nowicki A., Wiedza i technologie informacyjne w kreowaniu przedsiębiorczości, Wydaw. Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2013.

Kucęba R., Model Cloud Computing - taksonomia pojęć i własności, [w:] Kiełtyka L. (red.), Technologie informacyjne w funkcjonowaniu organizacji. Zarządzanie z wykorzystaniem multimediów, Wydawnictwo: „Dom Organizatora“, Toruń 2013, s. 203-212, ISBN 978-83-7285-692-0.

Łobos K., Pypłacz P., Funkcje i narzędzia zarządzania dla małych i średnich przedsiębiorstw, CeDeWu, 2015.

Kobis P.: Nowe formy zarządzania informacją wspierające zrównoważony rozwój przedsiębiorstw, W: Koncepcja sustainability wyzwaniem współczesnego zarządzania. Monografia. Red.

nauk. Hejduk I.K., Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa, 2014.

Nowicki A., Sitarska M., Procesy informacyjne w zarządzaniu, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2010.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr hab. inż. Robert Kucęba, prof. PCz., robert.kuceba@wz.pcz.pl

Dr inż. Pypłacz Paula, paula.pyplacz@wz.pcz.pl

Dr inż. Artur Wrzalik, artur.wrzalik@wz.pcz.pl

Dr inż. Rafał Niedbał, rafal.niedbal@wz.pcz.pl

Dr inż. Paweł Kobis, pawel.kobis@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W04, K_W09	C1	W1,W2,W3, W8,W9,W13, W15, C30	1,2,5	F3, P1
EU 2	K_W04, K_W05, K_W09	C1	W3-W7, C30	1,2,5	F3, P1
EU 3	K_W04, K_W09	C1	W10-W15, C30	1,2,5,	F3, P1
EU 4	K_W09, K_U04, K_U07 K_K01	C2	C1-C29	2,3,4,5	F1-F3

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie rozumie istoty technologii informacyjnej oraz jej znaczenia dla organizacji.	Student opanował podstawową wiedzę z zakresu istoty technologii informacyjnej oraz jej znaczenia dla organizacji.	Student opanował wiedzę z zakresu istoty technologii informacyjnej, z łatwością wskazuje obszary jej zastosowania w organizacjach.	Student opanował wiedzę z zakresu istoty technologii informacyjnej, z łatwością wskazuje obszary jej zastosowania w organizacjach, podaje przykłady praktyczne.
Efekt 2	Student nie zna podstawowych pojęć związanych z technologią informacyjną.	Student w stopniu podstawowym przyswoił podstawowe pojęcia związane z technologią informacyjną.	Student przyswoił podstawowe pojęcia związane z technologią informacyjną, poszczególne pojęcia potrafi rozwinąć.	Student przyswoił podstawowe pojęcia związane z technologią informacyjną, poszczególne pojęcia potrafi rozwinąć i podać przykłady praktyczne.

Efekt 3	Student nie rozumie pojęcia systemu informatycznego zarządzania.	Student prawidłowo przyswoił pojęcie systemu informatycznego zarządzania, zna podstawową typologię systemów i obszary ich stosowania.	Student prawidłowo przyswoił pojęcie systemu informatycznego zarządzania, zna szczegółową typologię systemów i obszary ich stosowania.	Student prawidłowo przyswoił pojęcie systemu informatycznego zarządzania, zna szczegółową typologię systemów i obszary ich stosowania. Potrafi podawać praktyczne przykłady wdrożeń i nazwy systemów.
Efekt 4	Student nie przyswoił sobie w stopniu podstawowym umiejętności wykorzystania standardowych aplikacji pakietu typu „Office”.	Student przyswoił sobie w stopniu podstawowym umiejętności wykorzystania standardowych aplikacji pakietu typu „Office”.	Student wykorzystuje aplikacje pakietu typu „Office” w stopniu wyższym niż podstawowy; wykonywanie niektórych ćwiczeń wymaga asysty i podpowiedzi prowadzącego.	Student biegle i samodzielnie wykorzystuje aplikacje pakietu typu „Office” w stopniu wyższym niż podstawowy.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Informatycznych Systemów Zarządzania.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Rekreacji
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Magdalena Mrozik
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	6

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Wprowadzenie, omówienie i przyswojenie przez studentów podstawowych pojęć z zakresu teorii zarządzania, w tym roli menadżera w organizacji.
- C2. Wprowadzenie, omówienie i przyswojenie przez studentów podstawowych etapów ewolucji nauk o zarządzaniu oraz znaczenia kontekstu społeczno-gospodarczego.
- C3. Wprowadzenie, omówienie i przyswojenie przez studentów teoretycznego i praktycznego znaczenia pojęcia funkcji zarządzania jako podstawowych elementów procesu zarządzania.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Wiedza ogólna na temat społeczeństwa, gospodarki oraz funkcjonowania świata organizacji.
Umiejętność identyfikacji podstawowych elementów otoczenia organizacji.
Podstawowa wiedza historyczna w odniesieniu do procesów społeczno-gospodarczych XX w.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Dysponowanie wiedzą na temat podstawowych pojęć z zakresu teorii nauk o zarządzaniu.
- EU 2 – Dysponowanie wiedzą na temat podstawowych procesów społeczno-gospodarczych w powiązaniu z procesem zarządzania w organizacjach.
- EU 3 – Zrozumienie kontekstu nauk o zarządzaniu i jego roli w rozwoju cywilizacyjnym.
- EU 4 – Umiejętność identyfikacji/rozpoznawania poszczególnych funkcji zarządzania i ich znaczenia w rozwoju organizacji oraz pracy menadżera.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY	Liczba godzin
W 1 - Wprowadzenie do nauk o zarządzaniu: modele organizacji, miejsce zarządzania w systemie nauk i jego znaczenie w rozwoju społeczno-gospodarczym	2
W 2 - Pojęcie i zakres teorii organizacji i zarządzania	2
W 3 i 4 - Ewolucja nauk o zarządzania w XX w.: szkoła klasyczna, behawioralna, ilościowa, systemowa, sytuacyjna, współczesne kierunki w zarządzaniu.	4

W 5 - Władza i przywództwo w organizacji.	2
W 6 – Przedsiębiorstwo jako element otoczenia. Otoczenie zewnętrzne i wewnętrzne organizacji.	2
W 7 i 8 - Struktury organizacyjne współczesnych przedsiębiorstw. Proces budowy organizacji. Struktura organizacyjna jako element zarządzania.	4
W 9 – Istota planowania w organizacji - znaczenie i rodzaje planów.	2
W 10 - Proces podejmowania decyzji w organizacji.	2
W 11 i 12 - Motywowanie: teorie psychologiczne związane z motywowaniem, proces przewodzenia w organizacji, techniki motywowania	4
W 13 – Istota kontroli w organizacji – mechanizmy, funkcje i etapy procesu kontroli.	2
W 14 - Etyczny i kulturowy kontekst zarządzania. Społeczna odpowiedzialność biznesu.	2
W 15 - Wybrane metody zarządzania przedsiębiorstwem - reengineering, benchmarking, outsourcing.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA	Liczba godzin
CW 1 - Zajęcia organizacyjne (wprowadzające) – omówienie przewodnika po przedmiocie. Przedstawienie celu, programu zajęć oraz zasad zaliczania ćwiczeń.	2
CW 2 - Omówienie podstawowych pojęć z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem. Role i umiejętności kierownicze w procesie przewodzenia. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej tematyki.	2
CW 3 – Misja, wizja i cele strategiczne przedsiębiorstwa. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej tematyki.	2
CW 4 - Organizacja w otoczeniu jako obiekt zarządzania. Omówienie najważniejszych elementów organizacji. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej tematyki.	2
CW 5, CW 6 - Analiza wpływu otoczenia na działalność przedsiębiorstwa. Analiza SWOT jako metoda strategicznej diagnozy przedsiębiorstwa turystycznego. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczącego analizy otoczenia przedsiębiorstwa.	4
CW 7 – Przegląd i diagnostyka różnych struktur organizacyjnych przedsiębiorstw w aspekcie procesu organizowania. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej tematyki.	2
CW 8, CW 9 - Planowanie i podejmowanie decyzji w organizacji. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej tematyki.	4
CW 10 - Analiza potencjału ludzkiego w przedsiębiorstwie turystycznym. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej tematyki.	2
CW 11, CW 12 – Przedstawienie i analiza praktycznych narzędzi motywowania pracowników. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej	4

tematyki.	
CW 13 – Istota kontroli w organizacjach. Rozwiązywanie zadań typu case study dotyczących analizowanej tematyki.	2
CW 14 – Przegląd podstawowych stylów kierowania w przedsiębiorstwie. Analiza form przywództwa w organizacji z wykorzystaniem studium przypadku.	2
CW 15 - Sprawdzenie wiadomości.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Studia przypadków

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadania typu *casestudy*
 F2. Prezentacja wykonanych zadań
 F3. Aktywność podczas dyskusji podsumowujących
 F4. Frekwencja na zajęciach
 P1. Kolokwium pisemne
 P2. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	60	2,4
Udział w konsultacjach	7	0,28
Egzamin	3	0,12
Przygotowanie do ćwiczeń	30	1,2
Opracowanie pisemne	30	1,2
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	20	0,8
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	150	6,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2010.
 Rącka I., Zawadzki J., *Podstawy zarządzania*, Wydaw. Uczelniane Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Kalisz 2013.
 Strużycki M., *Podstawy zarządzania*, Oficyna Wydawnicza. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2014.
 Koźmiński A.K., Piotrowski W., *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
 Kardas J.S., Wójcik-Augustyniak M., *Zarządzanie w przedsiębiorstwie. Środowisko, procesy, systemy, zasoby*, Wyd. Difin, Warszawa 2017.
 Mroziak M., Gostkowska-Dźwig S., *Problemy rozwoju turystyki społecznej na rynku polskim*, [w:] *Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. Społeczna odpowiedzialność biznesu. Zrównoważony rozwój. Strategie zarządzania. T.2* (red.) Olejniczak-Szuster K., Królik R., Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2018.
 Kempa E., *Innowacje w turystyce i rekreacji oraz ich wpływ na jakość świadczonych usług*, [w:] *Zarządzanie organizacją w warunkach różnorodności* (red.) Skrzypek E., Wyd. Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Ekonomiczny, Katedra Zarządzania Jakością i Wiedzą, Lublin 2018.

Literatura uzupełniająca:

Stabryła A., Podstawy organizacji i zarządzania: podejścia i koncepcje badawcze, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2013.

Podstawy nauki o organizacji. Przedsiębiorstwo jako organizacja gospodarcza redakcja naukowa Stanisław Marek, Maria Białasiewicz, PWE, Warszawa 2011.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Magdalena Mrozik, magdalena.mrozik@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W11, K_U06, K_U08, K_K01, K_K02	C1	W 1 – 4 Cw 1-4 Cw 8-9	1,2,3	F1, F4 P1, P2
EU 2	K_W01, K_W04, K_U01, K_U08, K_K01, K_K05	C1,C3	W 6 – 15 Cw 4 -7	2, 3	F1-F4 P1, P2
EU 3	K_W3, K_W11, K_U01, K_U09, K_K01, K_K05	C2	W 2 -5 W 14 – 15 Cw 7-15	1,2,3	F1, F2, F4 P1, P2
EU 4	K_W03, K_W04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05	C3	W 6 – 13 Cw 2 – 4 Cw 10 -13	1,2,3	F1-F4 P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zaprezentować podstawowej wiedzy na temat podstawowych pojęć z zakresu teorii nauk o zarządzaniu.	Student ma wiedzę jedynie na temat podstawowych pojęć z zakresu teorii nauk o zarządzaniu	Student ma wiedzę na temat podstawowych pojęć z zakresu teorii nauk o zarządzaniu oraz potrafi interpretować relację między pojęciami i zjawiskami.	Student ma wiedzę na temat podstawowych pojęć z zakresu teorii nauk o zarządzaniu oraz potrafi interpretować relację między pojęciami i zjawiskami. Student potrafi wykorzystać „własny język” do opisu i analizy problemów zarządzania oraz posłużyć się przykładami.
Efekt 2	Student nie potrafi zaprezentować wiedzy na temat podstawowych procesów społeczno-gospodarczych w powiązaniu z procesem zarządzania w organizacji.	Student potrafi zaprezentować wiedzę na temat podstawowych procesów społeczno-gospodarczych w powiązaniu z procesem zarządzania w organizacji.	Student potrafi zaprezentować wiedzę na temat podstawowych procesów społeczno-gospodarczych w powiązaniu z procesem zarządzania w organizacjach oraz potrafi interpretować relację między pojęciami i zjawiskami.	Student potrafi zaprezentować wiedzę na temat podstawowych procesów społeczno-gospodarczych w powiązaniu z procesem zarządzania w organizacjach oraz potrafi interpretować relację między pojęciami i zjawiskami. Student potrafi wykorzystać „własny język” do opisu i analizy problemów zarządzania oraz posłużyć się przykładami.

Efekt 3	Student nie potrafi zaprezentować umiejętności identyfikacji poszczególnych funkcji zarządzania i ich znaczenia w rozwoju organizacji oraz pracy menadżera.	Student potrafi zaprezentować umiejętność identyfikacji poszczególnych funkcji zarządzania i ich znaczenia w rozwoju organizacji oraz pracy menadżera.	Student potrafi zaprezentować umiejętność identyfikacji poszczególnych funkcji zarządzania i ich znaczenia w rozwoju organizacji oraz pracy menadżera oraz potrafi interpretować relację między pojęciami i zjawiskami.	Student potrafi zaprezentować umiejętność identyfikacji poszczególnych funkcji zarządzania i ich znaczenia w rozwoju organizacji oraz pracy menadżera oraz potrafi interpretować relację między pojęciami i zjawiskami. Student potrafi wykorzystać „własny język” do opisu i analizy problemów zarządzania oraz posłużyć się przykładami.
---------	---	--	---	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje, na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem (3 piętro).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	EKONOMIA I
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Ekonomii, Inwestycji i Nieruchomości
<u>Osoba sporządzająca</u>	dr hab. Małgorzata Okręglicka, prof. PCz
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie zagadnień i modeli współczesnej mikroekonomii, wyjaśnienie funkcjonowania rynków i podmiotów gospodarczych w skali mikroekonomicznej.
- C2. Zapoznanie z metodami i narzędziami analizy mikroekonomicznej w zakresie badania zachowań pojedynczych podmiotów gospodarczych oraz funkcjonowania rynków.
- C3. Wyjaśnienie warunków podejmowania racjonalnych decyzji przez gospodarstwa domowe i przedsiębiorstwa funkcjonujące w gospodarce rynkowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Matematyka według programów nauczania szkół średnich.

Podstawy przedsiębiorczości według programów nauczania szkół średnich.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1. Student rozpoznaje, wymienia i rozróżnia pojęcia związane z mikroekonomią.

EU 2. Student zna, rozumie i analizuje popytową stronę rynku, rolę i sposób podejmowania decyzji przez konsumenta na rynku.

EU 3. Student zna, rozumie i analizuje podaźową stronę rynku, rolę i sposób podejmowania decyzji producenta na rynku.

EU 4. Student posiada wiedzę na temat funkcjonowania struktur rynkowych i analizuje warunki osiągania równowagi w różnych strukturach rynkowych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY 15h	Liczba godzin
W 1. Omówienie przebiegu, organizacji pracy i zasad zaliczenia. Podstawowe kategorie ekonomiczne	1
W 2. Gospodarka rynkowa	1
W 3. Analiza popytu i podaży	1
W 4. Cena równowagi - model statyczny	1
W 5. Cena równowagi - model dynamiczny	1
W 6. Elastyczność popytu i podaży	1

W 7. Teoria wyboru konsumenta	1
W 8. Teoria popytu konsumenta	1
W 9. Teoria producenta	1
W 10. Teoria kosztów produkcji	1
W 11. Próg rentowności przedsiębiorstwa	1
W 12. Konkurencja doskonała	1
W 13. Monopol	1
W 14. Konkurencja monopolistyczna i oligopol	1
W 15. Podsumowanie materiału z wykładów	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA 30h	Liczba godzin
C 1-C2. Omówienie przebiegu, organizacji pracy i zasad zaliczenia ćwiczeń	2
C 3-C4. Podstawowe kategorie ekonomiczne.	2
C 5-C6. Gospodarka rynkowa. Analiza popytu i podaży	2
C 7-C8. Analiza popytu i podaży	2
C 9-C10. Cena równowagi - model statyczny i dynamiczny	2
C 11-C12. Elastyczność cenowa popytu	2
C 13-C14. Elastyczność dochodowa popytu. Elastyczność podaży	2
C 15-C16. Teoria wyboru konsumenta	2
C 17-C18. Teoria popytu konsumenta	2
C 19-C20. Teoria producenta	2
C 21-C22. Teoria kosztów produkcji. Próg rentowności przedsiębiorstwa	2
C 23-C24. Konkurencja doskonała	2
C 25-C26. Monopol	2
C 27-C28. Konkurencja monopolistyczna i oligopol. Podsumowanie materiału z ćwiczeń.	2
C 29-C30. Zaliczenie - sprawdzian wiadomości	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. sprzęt audiowizualny
2. ćwiczenia rachunkowe do samodzielnego wykonania i interpretacji
3. artykuły prasowe
4. podręczniki i skrypty
5. platforma e-learningowa

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Rozwiązywanie zadań i interpretacja wyników (ćwiczenia).
 F2. Aktywność i przygotowanie do ćwiczeń.
 P1. Sprawdzian pisemny z opanowania materiału (zaliczenie ćwiczeń).
 P2. Egzamin pisemny testowy (wykład). Możliwa uzupełniająca odpowiedź ustna lub pisemna.

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		[h]	ECTS
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład	15	0,6
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Ćwiczenia	30	1,2
Konsultacje		5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		50h	2 ECTS

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Rekowski M.: *Mikroekonomia*, Akademia, Poznań 2015.

Klimczak B.: *Mikroekonomia*, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław 2015.

Literatura uzupełniająca:

Vernasca G., Begg D., Fischer S., Dornbusch R., *Mikroekonomia* Wyd.5, PWE, Warszawa 2014.

Zalega T., *Mikroekonomia Współczesna Zbiór Zadań* Wyd.2, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2015.

Okręglika M., Mynarzova M. *Modele wzrostu przedsiębiorstwa w literaturze ekonomicznej* [w:] Sipa M., Wolniakowska K. (red.), *Zarządzanie współczesną organizacją* Częstochowa: Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2014, s. 9-22;

Okręglika M. *Determinanty popytu indywidualnego na rynku mieszkaniowym w Polsce*. Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą, nr 52, 2011, s. 221-232;

Lemańska-Majdzik A., Sipa M., *Specyfika strategii konkurencyjnych małych przedsiębiorstw - wyniki badań własnych*, *Przedsiębiorstwo i Region*, nr 1, 2009, s. 61-69.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

dr hab. Małgorzata Okręglika prof. PCz - malgorzata.okreglicka@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U05, K_K02,	C1	W1-W15, C1-C30	1,2,3,4,5	F1, F2, P1, P2
EU 2	K_W07, K_W09, K_W04, K_U02, K_U03, K_U05, K_K01, K_K02,	C1, C2,	W3-W8; C8-C18	1,2,3,4,5	F1,F2, P1, P2
EU 3	K_W03, K_W05, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2,	W3-W6; W9-W11, C8-C14; C20-C22	1,2,3,4,5	F1,F2, P1, P2
EU 4	K_W02, K_W07, K_W09, K_U03, K_U06, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2,	W12-W14 C24-C128	1,2,3,4,5	F1,F2, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
EU 1	Student nie posiada wiedzy w zakresie pojęć związanych z mikroekonomią.	Student posiada minimalną wiedzę w zakresie pojęć związanych z mikroekonomią.	Student posiada poszerzoną wiedzę w zakresie pojęć związanych z mikroekonomią.	Student posiada dogłębną wiedzę w zakresie pojęć związanych z mikroekonomią.
EU 2	Student nie posiada wiedzy o popytowej stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji przez konsumenta na	Student posiada minimalną wiedzę o popytowej stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji przez konsumenta na	Student posiada poszerzoną wiedzę o popytowej stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji przez konsumenta na	Student posiada dogłębną wiedzę o popytowej stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji przez konsumenta na

EU 3	Student nie posiada wiedzy o podaży stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji producenta na rynku.	Student posiada minimalną wiedzę o podaży stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji producenta na rynku.	Student posiada poszerzoną wiedzę o podaży stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji producenta na rynku.	Student posiada dogłębną wiedzę o podaży stronie rynku, roli i sposobie podejmowania decyzji producenta na rynku.
EU 4	Student nie posiada wiedzy w zakresie funkcjonowania struktur rynkowych i analizuje warunki osiągnięcia równowagi	Student posiada minimalną wiedzę w zakresie funkcjonowania struktur rynkowych i analizuje warunki	Student posiada poszerzoną wiedzę w zakresie funkcjonowania struktur rynkowych i analizuje warunki	Student posiada dogłębną wiedzę w zakresie funkcjonowania struktur rynkowych i analizuje warunki

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Ekonomii Inwestycji i Nieruchomości.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	FINANSE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Finansów, Bankowości i Rachunkowości
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Waldemar Szczepaniak
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CELE PRZEDMIOTU

- C1. Przekazanie studentowi podstawowej wiedzy z zakresu finansów.
 C2. Zapoznanie studenta z istotą zjawisk pieniężnych zachodzących w gospodarce - identyfikacja i charakterystyka podstawowych mechanizmów funkcjonowania systemu finansowego.
 C3. Przygotowanie studenta do analizy różnorodnych zjawisk finansowych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student potrafi zdefiniować podstawowe kategorie ekonomiczne.
 Student posiada umiejętność dostrzegania i analizowania podstawowych zjawisk ekonomicznych.
 Student posiada umiejętność zbierania i przetwarzania informacji.
 Student posiada umiejętność wykorzystywania podstawowych metod i narzędzi matematycznych.
 Student potrafi uzupełnić i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student charakteryzuje podstawowe pojęcia z zakresu nauki finansów, w tym istotę systemu finansowego państwa.
 EU 2 – Student charakteryzuje rynek finansowy, system bankowy w Polsce oraz podstawowe zagadnienia finansów publicznych.
 EU 3 – Student potrafi wymienić i scharakteryzować źródła finansowania działalności przedsiębiorstw.
 EU 4 – Student kalkuluje wartość pieniądza w czasie, strumienie pieniądza, płatności annuitetowe i renty wieczyste.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1 Przedstawienie treści programowych przewidzianych do realizacji, literatury do przedmiotu i formy zaliczenia wykładu. Przedmiot i zakres nauki finansów – pojęcie, funkcje i systematyka finansów.	2
W 2-3 System finansowy i jego elementy, polityka finansowa państwa.	4
W 4 Rynek finansowy – pojęcie, funkcje, segmenty, instrumenty.	2
W 5-6 Pieniądz i jego funkcje. Inflacja i deflacja – istota, przyczyny, skutki, przeciwdziałanie.	4
W 7-8 System bankowy w Polsce – zadania banku centralnego i banków komercyjnych.	4

Instrumenty oddziaływania banku centralnego na rynek pieniężny.	
W 9-10 Wybrane zagadnienia finansów publicznych. Dochody i wydatki sektora publicznego, dług publiczny, budżet państwa, budżet jednostki samorządu terytorialnego.	4
W 11 System podatkowy w Polsce.	2
W 12-15 Źródła finansowania działalności przedsiębiorstw – kapitały własne, kapitały obce.	8
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C 1 Zajęcia organizacyjne. Rodzaje stóp procentowych, procent a punkt procentowy.	2
C 2-7 Wartość pieniądza w czasie, oprocentowanie proste, złożone, roczne i śródroczne, stała i zmienna stopa procentowa.	12
C 8 Kolokwium. Wprowadzenie do strumieni pieniądza.	2
C 9-14 Strumienie pieniądza, płatności annuitetowe, renty wieczyste.	12
C 15 Powtórzenie wiadomości z ćwiczeń. Kolokwium.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki z zakresu finansów
2. Sprzęt audio-wizualny
3. Tablica, kreda, markery

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Aktywność na ćwiczeniach
P1. Kolokwium zaliczeniowe 1 obejmujące zadania
P2. Kolokwium zaliczeniowe 2 obejmujące zagadnienia teoretyczne z ćwiczeń i z wykładu oraz zadania

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	60	2,4
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	10	0,4
Przygotowanie do zajęć	10	0,4
Przygotowanie do kolokwiów	16	0,64
Udział w konsultacjach	4	0,16
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- B. Pietrzak, Z. Polański, B. Woźniak (red.): System finansowy w Polsce. PWN, Warszawa 2008 (Tom 1 i 2).
Z. Dobosiewicz: Wprowadzenie do finansów i bankowości. PWN, Warszawa 2009.
M. Sobczyk: Matematyka finansowa. Wydawnictwo Placet, Warszawa 2011.
M. Podstawka (red.): Finanse. PWN, Warszawa 2013.
J. Śliwa, R. Pawlicki: Wprowadzenie do finansów, Difin, Warszawa 2013.
S. Owsiak: Finanse publiczne. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 2013.
S. Owsiak: Finanse, PWN, Warszawa 2015.
Grzywacz J.: Finanse przedsiębiorstwa. SGH, Warszawa 2016.
P. Sołtyk, M. Dębowska-Sołtyk: Finanse samorządowe, Difin, Warszawa 2016.
M. Sołtyśiak: Kalkulacja pieniądza na rynkach finansowych: stopy procentowe - kalkulacja wartości pieniądza w czasie, Oficyna Wydaw. Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2017.

Literatura uzupełniająca:

- J. Osiatyński: Finanse publiczne. PWN, Warszawa 2006.
J. Szczepański, L. Szyszko (red.): Finanse przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa 2007.
U. Banaszczak-Soroka: Rynki finansowe: organizacja, instytucje, uczestnicy, Wydaw. C. H. Beck, 2014.
H. Zadora: Finanse: kategorie-zjawiska i procesy-podmioty, Difin, Warszawa 2015.

Rutkowski: Zarządzanie finansami. PWE, Warszawa 2016.

J. Czekał: Rynki, instrumenty i instytucje finansowe. PWN, Warszawa 2018.

Łukomska-Szarek J., Szczepaniak W., Returnable Sources of Financing of Local and Regional Tasks, [w:] Budget Management in Local Self-Government Units, red. J. Łukomska-Szarek, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Waldemar Szczepaniak - waldemar.szczepaniak@wz.pcz.pl

Dr inż. Dariusz Wielgórka - dariusz.wielgorka@wz.pcz.pl

Dr inż. Tomasz Budzik - tomasz.budzik@wz.pcz.pl

Dr Zuzanna Ostraszewska - zuzanna.ostraszewska@wz.pcz.pl

Dr Iwetta Budzik-Nowodzińska - iwetta.budzik-nowodzinska@wz.pcz.pl

Dr inż. Lidia Włodarska-Zoła - lidia.wlodarska-zola@wz.pcz.pl

Dr inż. Mariusz Chudzicki - mariusz.chudzicki@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_U01, K_U08, K_K01	C1, C2, C3	W 1-3	1,2	P2
EU 2	K_W01, K_U01, K_U08, K_K01	C1, C2, C3	W 4-11	1,2	P2
EU 3	K_W01, K_W08, K_U01, K_U08, K_K01	C1, C2, C3	W 12-15	1,2	P2
EU 4	K_W01, K_U07, K_U08, K_K01	C1, C2, C3	C1-15	1,3	F1, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zdefiniować podstawowych pojęć związanych z nauką finanse.	Student charakteryzuje pojęcie, funkcje i przedmiot finansów. Potrafi dokonać systematyki zjawisk finansowych.	Student charakteryzuje pojęcie, funkcje i przedmiot finansów. Potrafi dokonać systematyki zjawisk finansowych. Definiuje system finansowy, wymienia jego elementy i powiązania pomiędzy nimi.	Student charakteryzuje pojęcie, funkcje i przedmiot finansów. Potrafi dokonać systematyki zjawisk finansowych. Definiuje system finansowy i jego funkcje. Wymienia elementy systemu finansowego i powiązania pomiędzy nimi. Student charakteryzuje istotę i cele polityki finansowej państwa.
Efekt 2	Student nie potrafi wyjaśnić istoty rynku finansowego. Nie wymienia jego segmentów, nie potrafi zdefiniować pojęcia instrumentu rynku finansowego. Nie zna struktury systemu bankowego	Student potrafi wyjaśnić istotę rynku finansowego oraz wymienić jego poszczególne segmenty. Student definiuje pojęcie banku i wymienia rodzaje banków.	Student definiuje pojęcie rynku finansowego. Wymienia jego segmenty i funkcje, a także krótko je charakteryzuje. Student definiuje pojęcie banku, wymienia rodzaje	Student definiuje pojęcie rynku finansowego. Wymienia i charakteryzuje jego segmenty i funkcje. Wykazuje się wiedzą dotyczącą instrumentów rynku finansowego. Student definiuje pojęcie banku. Potrafi wymienić

	w Polsce. Nie potrafi zdefiniować pojęcia podatku, budżetu państwa. Nie potrafi wymienić elementów techniki podatkowej.	Zna pojęcie podatku, wymienia niektóre elementy techniki podatkowej. Definiuje pojęcie budżetu państwa.	banków i ich zadania. Zna pojęcie podatku i elementy techniki podatkowej. Definiuje pojęcie budżetu państwa.	i scharakteryzować rodzaje banków i ich zadania. Zna pojęcie podatku i elementów techniki podatkowej. Wymienia rodzaje podatków. Definiuje pojęcie budżetu państwa i jego funkcji.
Efekt 3	Student nie potrafi wymienić i scharakteryzować źródła finansowania działalności przedsiębiorstw.	Student potrafi wymienić i scharakteryzować tylko niektóre ze źródeł finansowania działalności przedsiębiorstw.	Student potrafi wymienić i scharakteryzować poznane źródła finansowania działalności przedsiębiorstw.	Student potrafi wymienić i scharakteryzować poznane źródła finansowania działalności przedsiębiorstw a także wskazać na korzyści i zagrożenia wynikające z korzystania z każdej z nich przez przedsiębiorstwo.
Efekt 4	Student nie potrafi dokonać najprostszyc kalkulej wartości pieniądza w czasie oraz najprostszyc kalkulej strumieni pieniądza, płatności annuitetowych i rent wieczystych.	Student potrafi dokonać prostych i prostych kalkulej wartości pieniądza w czasie, strumieni pieniądza i płatności annuitetowych.	Student potrafi dokonać kalkulej wartości pieniądza w czasie, strumieni pieniądza i płatności annuitetowych.	Student potrafi dokonać złożonych kalkulej wartości pieniądza w czasie oraz złożonych kalkulej strumieni pieniądza, płatności annuitetowych i rent wieczystych.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. przekazywane są na pierwszych zajęciach oraz przesyłane drogą elektroniczną na adresy poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablotach dziekanatu.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablotach dziekanatu.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawana jest na pierwszych zajęciach, dostępna jest także na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie Katedry Finansów, Bankowości i Rachunkowości (IV p.).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr hab. Andrzej Brzeziński
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z terminologią przedsiębiorczości, przedsiębiorcy, internacjonalizacji oraz z podstawowymi zagadnieniami rozwoju przedsiębiorstwa w aspekcie strategicznym i procesowym.
C2. Wykształcenie umiejętności planowania i tworzenia innowacyjnego przedsiębiorstwa.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawowe pojęcia z zakresu nauki o przedsiębiorstwie.
Student zna techniki twórczego rozwiązywania problemów.
Student potrafi rozwiązywać zadania typu *case study* (studia przypadków).
Student posiada umiejętności w zakresie prezentacji i uczestnictwa w merytorycznej dyskusji.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student rozumie znaczenie przedsiębiorczości w zarządzaniu i jej wpływ na funkcjonowanie współczesnej gospodarki.
EU 2 – Student potrafi dokonać analizy strategicznej służącej jako podstawowy element rozwoju przedsiębiorczości.
EU 3 – Student potrafi wskazać rozwiązania z zakresu innowacji i opisać modele przedsiębiorczości międzynarodowej.
EU 4 – Student posiada umiejętności w zakresie planowania własnego biznesu.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY	Liczba godzin
W. 1. Wprowadzenie w problematykę przedsiębiorczości	1
W. 2. Przedsiębiorczość i przedsiębiorca w teorii ekonomii. Przedsiębiorczość – zarys historyczny	1
W. 3. Przedsiębiorczość według: koncepcji R. Cantillona i J. Saya	1
W. 4. Przedsiębiorczość według J.A. Schumpetera i F. Knighta	1

W. 5. Przedsiębiorczość według I. Kirznera i P.F. Druckera	1
W. 6-7. Przedsiębiorczość jako proces oraz jako postawa i zachowanie	2
W. 8. Inkubatory przedsiębiorczości	1
W. 9.. Uwarunkowania przedsiębiorczości	1
W. 10. Innowacyjność jako źródło przedsiębiorczości. Problemy nowych produktów.	1
W. 11. Specyfika małej firmy	1
W. 12-13. Kompetencje przedsiębiorcze i ich znaczenie dla sukcesów przedsiębiorstwa	2
W. 14-15. Społeczno- gospodarcze znaczenie przedsiębiorczości	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA	Liczba godzin
C1.Wprowadzenie. Określenie obowiązujących reguł i wymagań	1
C2. Dylematy startującego przedsiębiorcy: Przedsiębiorca czy pracobiorca?	1
C3. Indywidualnie czy spółka?	1
C. 4-5. Wybór formy organizacyjno-prawnej (CEIDG i KRS) startującej firmy	2
C6. Nazwa i logo przedsięwzięcia gospodarczego.	1
C 7. Finansowanie działalności gospodarczej: Kredyt – jako podstawowe źródło finansowania firmy.	1
C8. Leasing.- definicja, rodzaje i występowanie w sektorze MSP	1
C9. Kredyt handlowy i jego znaczenie dla sektora MSP	1
C10. Capital Venture i Anioły biznesu – nowe	1
C11-12. Przedsiębiorca a menedżer. Ludzie sukcesu biznesowego	2
C13-14 Przedsiębiorczość polskiej młodzieży	2
C15. Kolokwium zaliczeniowe	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Studia przypadków

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Aktywny udział w zajęciach
- P1. Przygotowanie i prezentacja wybranego zagadnienia
- P2. Kolokwium zaliczeniowe

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	1,2
Przygotowanie do ćwiczeń	5	0,2
Przygotowanie do kolokwium	5	0,2
Obecność na konsultacjach	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/ PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	50	2,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Brzeziński A., *Przedsiębiorczość*, Wyd. WZ PCz, Częstochowa 2016,

Kurczewska A., *Przedsiębiorczość jako proces współdziałania sposobności i intencji przedsiębiorczych*, PWE, Warszawa 2013.

Bratnicki M., *Przedsiębiorczość i przedsiębiorcy współczesnych organizacji*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 2002.

Cieślik J., *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

Gawęł A., *Proces przedsiębiorczy. Tworzenie nowych przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2013.

Literatura uzupełniająca:

Safin K., *Zarządzanie małą firmą*, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2002.

Piasecki B. (red.), *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

Piasecki B., *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1998.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr hab. Andrzej Brzeziński, andrzej.brzezinski@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W11, K_U06, K_K01	C1	W 1-5; 14-15 Ć. 1-3; 11-13	1, 2, 3	F1, P1,P2
EU 2	K_W11, K_U08, K_K01	C1,C2	W 8-10, Ć. 2-6	1, 2, 3	F1, P1,P2
EU 3	K_W11, K_U08, K_K01	C1 , C2	W 6-7; 9-10 Ć.2-3; 11-14	1, 2, 3	F1, P1,P2
EU 4	K_W11, K_U08, K_K01	C2	W. 10; 12-13 Ć. 3-14	1, 2, 3	F1, P1,P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
--	------------	------------	------------	------------

Efekt 1	Student nie potrafi zdefiniować podstawowych pojęć związanych z zagadnieniem przedsiębiorczości.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia związane z zagadnieniem przedsiębiorczości.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia związane z zagadnieniem przedsiębiorczości oraz rozumie jej znaczenie w zarządzaniu.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia związane z zagadnieniem przedsiębiorczości oraz rozumie znaczenia przedsiębiorczości. Potrafi opisać jej wpływ na tworzenie współczesnej gospodarki.
Efekt 2	Student nie potrafi dokonać analizy strategicznej w tym oszacować ryzyka związanego z rozwojem przedsiębiorczości.	Student potrafi oszacować ryzyko związane z rozwojem przedsiębiorczości.	Student potrafi oszacować ryzyko związane z rozwojem przedsiębiorczości oraz przeprowadzić analizę strategiczną (SWOT/TOWS).	Student potrafi oszacować ryzyko związane z rozwojem przedsiębiorczości. Potrafi przeprowadzić analizę strategiczną (SWOT/TOWS) oraz wyciąga wnioski z przyjętej strategii.
Efekt 3	Student nie zna pojęcia innowacji oraz modeli przedsiębiorczości międzynarodowej.	Student zna pojęcie innowacji i modele przedsiębiorczości międzynarodowej.	Student potrafi scharakteryzować działania innowacyjne oraz opisać modele przedsiębiorczości międzynarodowej.	Student potrafi scharakteryzować działania innowacyjne oraz opisać modele przedsiębiorczości międzynarodowej. Zna znaczenie innowacji dla rozwoju przedsiębiorstw.
Efekt 4	Student nie potrafi sporządzić planu własnego biznesu.	Student potrafi sporządzić wstępny plan własnego biznesu.	Student potrafi sporządzić koncepcję funkcjonowania własnego biznesu.	Student potrafi sporządzić koncepcję funkcjonowania własnego biznesu wraz z analizą uwarunkowań otoczenia zewnętrznego.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ETYKA W BIZNESIE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	I
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Łukasz Skiba
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Przekazanie podstawowej wiedzy zarówno z zakresu etyki ogólnej, jak i etyki szczegółowej związanej z problematyką etycznego funkcjonowania podmiotów gospodarczych.

C2. Wskazanie i precyzyjne określenie wybranych zachowań nieetycznych oraz poprawnie wzorcowych pod względem swej etyczności, w kontekście przyszłego zawodu słuchaczy wykładu (cel: podniesienie poziomu wrażliwości etycznej studentów).

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student potrafi zidentyfikować problematykę natury etycznej w warunkach gospodarki wolnorynkowej. Student posiada podstawową wiedzę na temat bieżących wiadomości z życia gospodarczego (szczególnie tych, które budzą kontrowersje).

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Ogólna wiedza na temat podstawowych zagadnień etyki ogólnej i etyki biznesu jako jednej z etyk szczegółowych.

EU 2 – Umiejętność identyfikacji i opisu trudności pogodzenia życia zgodnego z czterema cnotami kardynalnymi oraz zasadami według których funkcjonuje wolny rynek.

EU 3 – Student ma wiedzę na temat różnorodności możliwych nieprawidłowości w życiu gospodarczym, będących źródłem dylematów przed jakimi staje współczesny menedżer.

EU 4 – Student potrafi wskazać i opisać cechy wzorcowego etycznie menedżera.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Zajęcia wprowadzające – miejsce etyki biznesu w teorii etyki.	1
W 2- Podstawowe pojęcia i kategorie etyki.	1
W 3- Kształtowanie się etyki biznesu.	1
W 4- Problem pogodzenia cnót życia moralnego z konsumpcjonizmem i konkurencją wolnego rynku.	1
W 5- Źródła i uzasadnienia wartości oraz norm moralnych.	1
W 6- Kryteria oceny moralnej czynu uczestnika życia gospodarczego.	1

W 7- Sprawiedliwość rynkowa.	1
W 8- Odpowiedzialność moralna w biznesie.	1
W 9- Praktyki monopolistyczne i nieuczciwa konkurencja jako przykłady dewiacji wolnego rynku.	1
W 10- Rozwiązywanie dylematów etycznych w życiu gospodarczym.	1
W 11- Rola zaufania w „robieniu interesów”.	1
W 12- Zasady zachowań etycznych wzorcowego menedżera.	1
W 13-Etyczne aspekty procesu kadrowego.	1
W 14- Stosunek firmy do pracownika oraz pracownika do firmy.	1
W 15- Etyczność firmy w kontaktach z otoczeniem.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
Ćw 1- Zajęcia wprowadzające – wyjaśnienie zasad zaliczenia przedmiotu oraz wykonania pisemnego opracowania na wskazany temat – rozdanie tematów prac.	1
Ćw 2- Etyka jako nauka: przedmiot, metoda i cel badawczy.	1
Ćw 3- Geneza „norm” i „wartości” jako podstawowych pojęć używanych w etyce.	1
Ćw 4- Miejsce etyki biznesu w teorii nauki o moralności.	1
Ćw 5- Etyka biznesu jako nauka, czyli argumenty zwolenników i przeciwników etyki biznesu.	1
Ćw 6- Nauka społeczna kościoła wobec realiów wolnego rynku.	1
Ćw 7- Kodeksy etyczne jako wyraz uznawanych w organizacji norm i wartości.	1
Ćw 8- Poglądy i stosunek menedżerów do norm etycznych, na wybranym przykładzie.	1
Ćw 9- Etyczność firmy w kontaktach z: klientami, konkurentami oraz grupami <i>non-business</i> (tj.: organizacjami społecznymi, związkami zawodowymi, władzami gospodarczymi).	1
Ćw 10- Interes firmy a interes społeczny, czyli kwestia odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw.	1
Ćw 11- Treść i znaczenie ustaw: antymonopolowej; o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji; oraz o prawie autorskim.	1
Ćw 12- Konflikty interesów: łapówkarstwo i sprzedajność.	1
Ćw 13- Drogi do zbudowania zaufania w biznesie.	1
Ćw 14- Podstawowe normy i wartości regulujące zachowania menedżerów.	1
Ćw 15- Sprawdzian wiadomości (test) i wpisy zaliczeń.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Zalecana literatura z zakresu etyki biznesu
2. Sprzęt audiowizualny (prezentacje PowerPoint)
3. Tablica, kreda/marker

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadania projektowe
F2. Prezentacja wykonanych zadań
P1. Test końcowy

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład i ćwiczenia	30	1,2
Przygotowanie się do testu zaliczeniowego	7	0,28
Przygotowanie zadania projektowego	5	0,2
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	4	0,16
Obecność na konsultacjach	4	0,16
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	50	2,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Wojciech Gasparski, *Biznes, etyka, odpowiedzialność: podręcznik akademicki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2013.

Jan Klimek, *Etyka biznesu. Teoretyczne założenia, praktyka zastosowań*, Wyd. Difin, Warszawa 2014.

Mirosława Rybak, *Etyka menedżera: społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2011.

Łukasz Skiba, *Etyka jako fundament kapitału społecznego w przedsiębiorstwach*, [w:] Zarządzanie kapitałem ludzkim i społecznym wobec zmian we współczesnych organizacjach (red.) Robak Elżbieta, Karczewska Anna, Skiba Maja, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2017.

Literatura uzupełniająca:

Janina Filek, *Wprowadzenie do etyki biznesu*, Wyd. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków 2011.

Etyka biznesu w działaniu. Doświadczenia i perspektywy, red. Gasparski W., Dietl J., Warszawa 2001;

Łukasz Skiba, *Ethical Aspects of Negotiations*, [in:] *The Role of Management Functions in Successful Enterprise Performance*, (ed.) Bylok Felicjan, Tangl Anita, Agroinform Publishing House, Budapest 2016.

Łukasz Skiba, *Ethical Dilemmas in Management of Enterprises: Problems of Competition*, [in:] *Human Resource Management and Corporate Competitiveness*, (ed.) Csaba Balint Illes, Felicjan Bylok, Anna Dunay, Szent Istvan University Publishing, Gödöllő 2012.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Łukasz Skiba, lukasz.skiba@wz.pcz.pl

Dr Małgorzata Randak-Jezińska, malgorzata.randak-jezierska@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01 K_U01 K_U05 K_U06 K_U09 K_K02 K_K03	C1	W2-W5 Ćw1, Ćw2, Ćw3, Ćw4, Ćw5	1, 2, 3	F1, F2, P1
EU 2	K_W01 K_U02 K_U05 K_U06 K_U09 K_K02 K_K03	C1, C2	W2, W3, W6-W10 Ćw2, Ćw3, Ćw6-Ćw10	1, 2	F1, F2, P1
EU 3	K_W06 K_U05 K_U06 K_U09 K_K02 K_K03	C1, C2	W11, W12 Ćw11, Ćw12	1, 2, 3	F1, F2, P1
EU 4	K_W04 K_U05 K_U06 K_U09 K_K02 K_K03	C2	W8-W14 Ćw8-Ćw14	1, 2, 3	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie posiada ogólnej wiedzy na temat podstawowych zagadnień etyki ogólnej i etyki biznesu jako jednej z etyk szczegółowych.	Student posiada wybiórczą wiedzę na temat podstawowych zagadnień etyki ogólnej i etyki biznesu jako jednej z etyk szczegółowych.	Student posiada pełną wiedzę na temat podstawowych zagadnień etyki ogólnej i etyki biznesu jako jednej z etyk szczegółowych.	Student posiada pełną wiedzę na temat podstawowych zagadnień etyki ogólnej i etyki biznesu jako jednej z etyk szczegółowych, ponadto potrafi ich obszary przeanalizować i wyrazić o nich opinię.

Efekt 2	Student nie posiada umiejętności identyfikacji i opisu trudności pogodzenia życia zgodnego z czterema cnotami kardynalnymi oraz zasadami według których funkcjonuje wolny rynek.	Student potrafi dokonać identyfikacji i opisu wybranych trudności pogodzenia życia zgodnego z czterema cnotami kardynalnymi oraz zasadami według których funkcjonuje wolny rynek.	Student potrafi dokonać identyfikacji i opisu wszystkich (omówionych na zajęciach) trudności pogodzenia życia zgodnego z czterema cnotami kardynalnymi oraz zasadami według których funkcjonuje wolny rynek.	Student potrafi dokonać identyfikacji i opisu wszystkich (omówionych na zajęciach) trudności pogodzenia życia zgodnego z czterema cnotami kardynalnymi oraz zasadami według których funkcjonuje wolny rynek, jak również wyrazić własną opinię.
Efekt 3	Student nie ma wiedzy na temat różnorodności możliwych nieprawidłowości w życiu gospodarczym, będących źródłem dylematów przed jakimi staje współczesny menedżer.	Student posiada wybiórczą wiedzę na temat różnorodności możliwych nieprawidłowości w życiu gospodarczym, będących źródłem dylematów przed jakimi staje współczesny menedżer.	Student posiada kompletną wiedzę na temat różnorodności możliwych nieprawidłowości w życiu gospodarczym, będących źródłem dylematów przed jakimi staje współczesny menedżer.	Student posiada pełną (wyniesioną z wykładu) wiedzę na temat różnorodności możliwych nieprawidłowości w życiu gospodarczym, będących źródłem dylematów przed jakimi staje współczesny menedżer, a ponadto potrafi wskazać i uzasadnić dodatkowe nieprawidłowości etyczne w biznesie.
Efekt 4	Student nie potrafi wskazać i opisać cech wzorcowego etycznie menedżera.	Student potrafi wskazać i opisać wybrane cechy wzorcowego etycznie menedżera.	Student potrafi wskazać i opisać wszystkie omówione na zajęciach cechy wzorcowego etycznie menedżera.	Student potrafi wskazać i opisać wszystkie omówione na zajęciach cechy wzorcowego etycznie menedżera, ponadto potrafi wskazać i uzasadnić dodatkowe cechy przydatne z etycznego punktu widzenia w pracy menedżera.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu (5 piętro).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	RACHUNKOWOŚĆ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Finansów, Bankowości i Rachunkowości
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Jolanta Rubik
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie zasad i podstaw prawnych prowadzenia rachunkowości w jednostkach gospodarczych.
 C2. Wyjaśnienie zasad wyceny i ewidencji aktywów i pasywów.
 C3. Zapoznanie z problematyką kształtowania wyniku finansowego i sytuacji majątkowo-finansowej podmiotu gospodarczego, prowadzącego księgi rachunkowe.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Posiada podstawową wiedzę z zakresu przedsiębiorczości.
 Posiada wiedzę i umiejętności z zakresu matematyki.
 Posiada umiejętność czytania ze zrozumieniem natury i źródeł prawa.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student posiada wiedzę z zakresu zasad i podstaw prawnych rachunkowości i umiejętność stosowania ich w praktyce.
 EU 2 – Student posiada umiejętność identyfikacji i klasyfikowania zasobów i źródeł finansowania.
 EU 3 – Student posiada wiedzę z zakresu funkcjonowania kont księgowych i umiejętność ewidencjonowania zdarzeń gospodarczych.
 EU 4 – Student wykazuje się umiejętnością ustalania i ewidencji kosztów, przychodów i wyniku finansowego.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W1 - W2 Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie historycznych uwarunkowań rozwoju rachunkowości na świecie oraz perspektyw jej rozwoju. Charakterystyka podstawowych pojęć i struktury rachunkowości.	2
W3 - W4 Regulacje rachunkowości w Polsce i na świecie.	2
W5 - W6 Zasady rachunkowości. Polityka rachunkowości.	2
W7 - W9 Bilans jako statyczny rachunek majątku i kapitału jednostki gospodarczej.	3
W10 - Zdarzenia i operacje gospodarcze.	1

W11 - W12 Dokumentacja operacji gospodarczych. zasady oraz techniki prowadzenia ksiąg rachunkowych	2
W13 - W14 Konstrukcyjny aspekt konta księgowego. Zasady funkcjonowania kont bilansowych i wynikowych. Dzielenie i łączenie kont.	2
W15 Błędy księgowe i metody ich poprawiania.	1
W16 - W18 Pojęcie kosztów i przychodów. Podstawowe kryteria klasyfikacji kosztów.	3
W19 - W20 Ewidencja procesu produkcji i sprzedaży.	2
W21 - W22 Układy ewidencyjne kosztów.	2
W23 - W26 Elementy i zasady ustalania wyniku finansowego. Warianty sporządzania rachunku zysków i strat.	4
W27 - Inwentaryzacja.	1
W28 - W30 Istota i elementy sprawozdań finansowych. Wykorzystanie informacyjnej i analitycznej funkcji współczesnej rachunkowości.	3
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C1 - Zajęcia wprowadzające – omówienie zasad dostępu do zadań rozwiązywanych na ćwiczeniach, przedstawienie zasad i warunków zaliczenia.	1
C2 - Zastosowanie zasad rachunkowości w praktyce przedsiębiorstw.	1
C3 - C4 Zasoby majątkowe jednostki gospodarczej w rozumieniu bilansowym. Klasyfikacja zasobów majątkowych.	2
C5 - C6 Klasyfikacja źródeł finansowania zasobów majątkowych. Bilans majątkowy.	2
C7 Operacje gospodarcze i ich wpływ na bilans.	1
C8 - C11 Zasady funkcjonowania kont bilansowych i ewidencja na nich.	4
C12 - C13 Dzielenie i łączenie kont. Poprawianie błędów księgowych.	2
C14 Sprawdzenie wiadomości.	1
C15 - C18 Ewidencja na kontach wynikowych. Księgowe ujęcie kosztów i przychodów.	4
C19 - C22 Ewidencja kosztów w wariantcie rozwiniętym.	4
C23 - C24 Ewidencja produkcji wieloasortymentowej.	2
C25 - C27 Księgowe ustalanie wyniku finansowego.	3
C28 - C29 Powtórzenie wiadomości – zadania całościowe.	2
C30 - Sprawdzenie wiadomości	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Akty prawne
3. Sprzęt audiowizualny
4. Tablica do rozwiązywania zadań

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena przygotowania się do ćwiczeń rachunkowych
F2. Ocena zadań do samodzielnego rozwiązania
P1. Sprawdzian pisemny z zadań

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	60	2,4
Udział w konsultacjach	4	0,16
Przygotowanie się do ćwiczeń	15	0,6
Rozwiązywanie dodatkowych zadań	15	0,6
Zapoznanie z literaturą	10	0,4
Przygotowanie do sprawdzianu	21	0,84
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/ PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Chluska J., *Podstawy rachunkowości*, Wydawnictwo WZ PCz, Częstochowa 2016.

Ustawa z dnia 29.09.1994 o rachunkowości.

Olchowicz I., *Podstawy rachunkowości* (cz.1; Wykład), DIFIN, Warszawa 2009, 2016.

Literatura uzupełniająca:

Nowak E. *Rachunkowość: kurs podstawowy*, PWE, Warszawa 2016.

Gierusz B., *Podręcznik samodzielnej nauki księgowania*, ODDK, Gdańsk 2016.

Podstawy rachunkowości pod red. B. Nity, Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego Wrocław 2016.

Rubik J., *Ewidencja i rozliczanie kosztów* [w:] *Rachunkowość finansowa*, red. J.Chluska, Wyd. WZ PCz, Częstochowa, 2016.

Teoria rachunkowości w ujęciu Włodzimierza Brzezina (red.) Biadacz R., Rybicka K., Rubik J., wyd. WZ PCz, Częstochowa. 2018.

Kowalska S., Rubik J. (red): *Zarządzanie kosztami przedsiębiorstwa w kontekście społecznej odpowiedzialności biznesu*, WWZ PCz, Częstochowa 2016.

Rubik J., *Ewolucja pojęcia "koszt" w rachunkowości* [w:] *Wieloaspektowe problemy zarządzania podmiotami publicznymi i prywatnymi w gospodarce polskiej*, red. A. Wójcik-Mazur, J.Łukomska-Szarek, D. Wielgórka, Wyd. WZ PCz, Częstochowa, 2007.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Jolanta Rubik , jolanta.rubik@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W03, K_W07, K_U01, K_K03	C1	W1-W6; C1-C2	1, 2, 3, 4	F1
EU 2	K_W05, K_W07, K_U01, K_U02, K_U08, K_K02	C1, C2, C3	W7-W9 C3-C7	1, 2, 3, 4	F1, F2, P1
EU 3	K_W05, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U08, K_K02	C1, C2	W10-W15 C7-C14	1, 2, 3, 4	F1, F2, P1
EU 4	K_W05, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U08, K_K02	C1, C3	W16-W30 C15-C30	1, 2, 3, 4	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi wymienić zasad i podstaw prawnych rachunkowości.	Student potrafi wymienić zasady rachunkowości, ale nie posiada umiejętności zastosowania ich w praktyce. Potrafi wymienić podstawy prawne, bez ich scharakteryzowania.	Student zna zasady rachunkowości, rozumie ich istotę. Ma problemy z stosowaniem ich w praktyce. Potrafi wymienić i scharakteryzować podstawy prawne rachunkowości.	Student posiada wiedzę z zakresu zasad rachunkowości i umiejętność stosowania ich w praktyce. Potrafi wymienić i scharakteryzować podstawy prawne rachunkowości krajowej i międzynarodowej.

Efekt 2	Student nie posiada umiejętności identyfikacji i klasyfikowania zasobów i źródeł finansowania.	Student posiada umiejętność identyfikowania zasobów i źródeł finansowania, nie potrafi ich w pełni klasyfikować.	Student posiada umiejętność identyfikacji i klasyfikowania zasobów i źródeł finansowania.	Student potrafi biegle identyfikować i klasyfikować zasoby jednostki gospodarczej i źródła ich finansowania.
Efekt 3	Student nie posiada wiedzy z zakresu funkcjonowania kont księgowych i ewidencjonowania zdarzeń gospodarczych.	Student posiada pobieżną wiedzę z zakresu funkcjonowania kont księgowych i umiejętność ewidencjonowania na nich podstawowych zdarzeń gospodarczych.	Student posiada wiedzę z zakresu funkcjonowania kont księgowych i umiejętność ewidencjonowania na nich zdarzeń gospodarczych.	Student posiada pogłębioną wiedzę z zakresu funkcjonowania kont księgowych i umiejętność biegłego ewidencjonowania na nich zdarzeń gospodarczych.
Efekt 4	Student nie posiada wiedzy i umiejętności ustalania i ewidencji kosztów, przychodów i wyniku finansowego.	Student posiada pobieżną wiedzę z zakresu ustalania kosztów i przychodów, potrafi zaewidencjonować podstawowe operacje wynikowe, nie umie ustalić wyniku finansowego.	Student posiada wiedzę z zakresu ustalania kosztów i przychodów, potrafi zaewidencjonować operacje wynikowe, potrafi ustalić wynik finansowy.	Student posiada pogłębioną wiedzę z zakresu ustalania kosztów i przychodów, potrafi je biegle ewidencjonować, zna różne metody ustalania wyniku finansowego.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich, lub na wcześniejszych zajęciach doręczane w formie wydruków.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	METODY MATEMATYCZNE W ZARZĄDZANIU
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Ekonometrii i Statystyki
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Anna Wiśniewska-Sałek
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z podstawowymi metodami rozwiązywania zagadnień matematycznych i matematycznego formalizowania problemów zarządzania.
 C2. Omówienie podstawowych metod analizy matematycznej.
 C3. Prezentacja narzędzi analizy gospodarczej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1. Student zna elementarne zasady matematyki.
2. Student zna podstawy analizy matematycznej.
3. Umiejętność pracy samodzielnej.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Po zakończeniu procesu uczenia się student:

EU 1 – potrafi dokonać analizy problemu wykorzystując rozwiązania algebry liniowej i rachunku prawdopodobieństwa

EU 2 – potrafi dokonać analizy gospodarczej wykorzystując umiejętności zarządzania portfelem oraz odpowiednie metody matematyczne do analizy działalności przedsiębiorstwa pod kątem jego efektywnego zarządzania

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY	Liczba godzin
Moduł 1 – Algebra liniowa W1: Działania na macierzach W2: Wyznaczniki W3: Macierz odwrotna W4: Równanie macierzowe W5: Trendy liniowe	5h

Moduł 2 – Rachunek prawdopodobieństwa W6: Zmienna losowa W7: Charakterystyka rozkładu zmiennych W8: Rozkład dwumianowy	3h
Moduł 3 – Metody portfelowe W9: Wprowadzenie do analizy portfelowej W10: Analiza dynamiki portfela W11: Analiza zależności portfela W12: Budowa portfela W13: Portfel optymalny W14: Modelowanie optymalnego portfela W15: Analiza portfela dwuskładnikowego	7h
razem	15h
Forma zajęć – ĆWICZENIA	Liczba godzin
Moduł 1 – Algebra liniowa Ćw.1: Rozwiązywanie zadań z działań na macierzach Ćw.2: Wyznaczniki - zadania Ćw.3: Macierz odwrotna – rozwiązywanie zadań Ćw.4: Rozwiązywanie zadań z równań macierzowych Ćw.5: Trendy liniowe - zadania	10h
Moduł 2 – Rachunek prawdopodobieństwa Ćw.6: Zmienna losowa – rozwiązywanie zadań Ćw.7: Charakterystyka rozkładu zmiennych – rozwiązywanie zadań Ćw.8: Rozkład dwumianowy – rozwiązywanie zadań	6h
Moduł 3 – Metody portfelowe Ćw.9: Wprowadzenie do analizy portfelowej – praca własna w grupie nad projektem Ćw.10: Analiza dynamiki portfela – indeksy Ćw.11: Analiza zależności portfela – korelacja Ćw.12: Budowa portfela optymalnego – praca własna w grupie nad projektem Ćw.13: Modelowanie optymalnego portfela – praca własna w grupie nad projektem Ćw.14: Analiza portfela dwuskładnikowego – praca własna w grupie nad projektem	12h
Ćw.15: Weryfikacja umiejętności matematycznych oraz prezentacja pracy projektowej	2h
razem	30h

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt do prezentacji multimedialnych
2. Materiały przygotowane przez prowadzącego przedmiot
3. Podręczniki, skrypty
4. Platforma e-learningowa

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

F1. praca w grupach
F2. aktywność na platformie e-learningowej
P1. kolokwium zaliczeniowe obejmujące zadania do rozwiązania

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym wykład	15	0,6
Godziny kontaktowe z prowadzącym ćwiczenia	30	1,2
Przygotowanie do kolokwium	15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą	10	0,4
Obecność na konsultacjach	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Modele i metody statystyki matematycznej w zadaniach / Alicja Jokieli-Rokita, Ryszard Magiera, Wrocław : Ofic. Wydaw. GIS, 2018.

Algebra liniowa: kolokwia i egzaminy / Teresa Jurlewicz, Wrocław: Oficyna Wydaw. GiS, 2018.

Algebra liniowa: przykłady i zadania / Teresa Jurlewicz, Zbigniew Skoczylas, Wrocław : Oficyna Wydaw. GiS, 2017

Algebra liniowa: definicje, twierdzenia, wzory / Teresa Jurlewicz, Zbigniew Skoczylas, Wrocław: Oficyna Wydaw. GiS, 2015

Rachunek prawdopodobieństwa / oprac. Włodzimierz Kryszicki, Warszawa : Wydaw. Nauk. PWN, 2012

Rachunek prawdopodobieństwa i statystyka matematyczna: definicje, twierdzenia, wzory / Wojciech Kordecki, Wrocław : Ofic. Wydaw. GIS, 2010

MS Project 2013 & MS Project Server 2013: efektywne zarządzanie projektem i portfelem projektów / Sebastian Wilczewski, Gliwice : Wydawnictwo Helion, 2014.

Zarządzanie portfelem inwestycyjnym: inwestor indywidualny na rynku finansowym / red. nauk. Joanna Cichorska, Katowice: Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego, 2015.

Zawód inwestor giełdowy: psychologia rynków, taktyka inwestycyjna, zarządzanie portfelem / Alexander Elder ; tł. z ang., Kraków : Oficyna Ekonomiczna, 2006.

Literatura uzupełniająca:

Paweł Cabała, Zarządzanie portfelem projektów w organizacji: Koncepcje i kierunki badań, Mfiles pl, 2018

Krzysztof Woźniak, Narzędzia analityczne w naukach ekonomicznych, Mfiles pl, 2015

Krzysztof Piasecki, Marcin Anholcer, Matematyka wspomagająca zarządzanie w zadaniach, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, 2012

Marek Ćwiklicki, Marek Jabłoński, Tomasz Włodarek,

Wiśniewska-Szałek Anna, Łęgowik-Świącik Sylwia, Grondys Katarzyna, Stępień Marci, The Financial and Economic Analysis of the Situation of Business Entities Using Quantitative Methods, 2019, DOI:10.20472/EFC.2016.006.019

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRESE-MAIL)

dr Anna Wiśniewska-Szałek - anna.wisniewska-salek@wz.pcz.pl

dr Magdalena Scherer – magdalena.scherer@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PRK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W05, K_U07, K_K02	C1, C2	W 1-8 Ćw. 1-8, 15	1-4	P1, F2
EU 2	K_W05, K_U07, K_K02	C1, C2	W 9-15 Ćw. 9-15, 15	1-4	P1, F2, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi rozwiązać zadań z zakresu algebry liniowej i rachunku prawdopodobieństwa	Student potrafi rozwiązać zadania z zakresu algebry liniowej i rachunku prawdopodobieństwa	Student potrafi dokonać wyboru wzoru w zakresie zadań z algebry liniowej i rachunku prawdopodobieństwa	Student posiada umiejętność przeprowadzenia kalkulacji zadań z algebry liniowej i rachunku prawdopodobieństwa
Efekt 2	Student nie potrafi dokonać analizy portfela inwestycji i wykorzystać odpowiednie metody matematyczne do analizy działalności przedsiębiorstwa	Student potrafi dokonać analizy portfela inwestycji i wykorzystać odpowiednie metody matematyczne do analizy działalności przedsiębiorstwa	Student potrafi wykorzystać dostępne narzędzia matematyczne do analizy portfela inwestycji i wykorzystać odpowiednie metody matematyczne do analizy działalności przedsiębiorstwa	Student potrafi wykorzystać dostępne narzędzia matematyczne do analizy portfela inwestycji i wykorzystać odpowiednie metody matematyczne do analizy działalności przedsiębiorstwa oraz dokonać pełnej interpretacji wyników

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć itp. (jeśli to konieczne) przesyłane są drogą elektroniczną na adresy e-mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia, godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny, miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Agnieszka Kwiatek
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	6

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przekazanie studentom wiedzy z zakresu procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.
- C2. Zapoznanie studentów z teoretycznymi aspektami, narzędziami i funkcjami w obrębie zarządzania zasobami ludzkimi.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych.
- Student posiada podstawową wiedzę z zakresu psychologii.
- Student potrafi opracować wybrane procesy zarządzania.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Poznanie istoty oraz uwarunkowań procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.
- EU 2 – Diagnozowanie oraz projektowanie w ramach różnych etapów procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.
- EU 3 – Diagnozowanie dysfunkcji występujących w zarządzaniu zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.
- EU 4 – Umiejętność stosowania narzędzi w procesie zarządzania zasobami ludzkimi w turystyce.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W1- Istota i cel przedmiotu -zarządzania zasobami ludzkimi.	2
W2- Elementy i adresaci zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie turystycznym.	2
W3- Planowanie zatrudnienia w sektorze turystycznym.	2
W4- Techniki rekrutacji i selekcji w sektorze turystycznym.	2
W5- Proces adaptacji społeczno-zawodowej pracowników.	2
W6- Szkolenie i doskonalenie w zsl.	2
W7- Funkcje ocen pracowniczych.	2

W8- Przywództwo i proces kierowania w organizacji turystycznej.	4
W9- Motywowanie materialne i niematerialne w organizacji turystycznej.	2
W10- Rola komunikacji interpersonalnej w zarządzaniu zasobami ludzkimi.	4
W11- Klimat i kultura organizacyjna w firmach turystycznych.	2
W12- Konflikty i zarządzanie konfliktem w firmie turystycznej.	2
W13- Podsumowanie wykładów z zarządzania zasobami ludzkimi. Egzamin pisemny.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C1. Omówienie przebiegu i organizacji pracy na zajęciach. Omówienie zasad zaliczenia. Podanie literatury do przedmiotu oraz przedstawienie sposobu korzystania ze źródeł.	2
C2. Omówienie podstawowych pojęć z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, zarządzanie personelem, kierowanie, polityka personalna.	2
C3. Dyskusja grupowa nad koniecznością planowania procesu kadrowego.	2
C4. Nowatorskie metody rekrutacji, pozyskiwania personelu, selekcji oraz rodzaje rozmów kwalifikacyjnych. Ćwiczenia w grupach.	2
C5. Dyskusja w grupach na temat wprowadzania i adaptacji nowych pracowników do pracy z uwzględnieniem specyfiki firm turystycznych.	2
C6. Prezentacje z oceną krytyczną rodzajów i metod szkoleniowych pracowników.	2
C7. Prezentacja i analiza ścieżek karier na przykładzie różnych organizacji i firm. Tworzenie przez studentów projektów własnych ścieżek karier.	4
C8. Prezentacje i omówienie różnych stylów przywództwa i kierowania w organizacjach turystycznych.	4
C9. Prezentacje i dyskusja nad skutecznością różnych form motywacji.	2
C10. Komunikacja werbalna i niewerbalna, jej znaczenie dla zżl w organizacjach turystycznych. Bariery w komunikacji.	2
C11. Dyskusja nad sytuacjami konfliktowymi i ich skutkami dla organizacji turystycznych.	2
C12. Case study kultury organizacyjnej firmach turystycznych.	2
C13. Podsumowanie ćwiczeń.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki, czasopisma, publikacje naukowe, artykuły w czasopismach specjalistycznych
2. Sprzęt audiowizualny
3. Tablica, kreda, mazaki

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena projektów własnych studentów
 F2. Ocena przygotowania i udziału w dyskusjach na zajęciach studentów
 P1. Pisemny egzamin z całości zakresu przedmiotu

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	60	2,4
Udział w konsultacjach	4	0,16
Egzamin	2	0,08
Przygotowanie do ćwiczeń	30	1,2
Opracowanie pisemne	30	1,2
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	24	0,96
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	150	6,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

- Armstrong M., Taylor S., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.
Tokarz A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w sektorze turystycznym*, Difin, Warszawa 2008.
Król H., Ludwiczynski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, PWN, Warszawa 2006.
Kostera M., *Zarządzanie personelem*, PWE, Warszawa 2011.
Bazan-Bulanda A., Kwiatek A., Skiba M., *Człowiek w organizacji. Nowe trendy w zarządzaniu zasobami ludzkimi*, Wydawnictwo WZ PCZ, Częstochowa 2018.
Bazan-Bulanda A., Kwiatek A., Robak E., *Udział pracowników w zarządzaniu nowoczesnymi organizacjami gospodarczymi*, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2015.
Jamka B., *Potencjał ludzki w rozwoju przedsiębiorczości indywidualnej i korporacyjnej*, Difin, Warszawa 2012.
Juchnowicz M. *Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji*, Difin, Warszawa 2007.
Robak E., *Patologie i dysfunkcje w środowisku pracy*, Wydawnictwo WZ PCZ, Częstochowa 2015.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Agnieszka Kwiatek, agnieszka.kwiatek@wz.pcz.pl

Dr Agata Przewoźna-Krzemińska, agata.przewozna-krzeminska@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W03 K_W05, K_W04, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2	W1-W8, Ć1-Ć2, Ć3-Ć4, Ć5-Ć6, Ć7-Ć8	1,2,3	F1, F2, P1
EU 2	K_W01, K_W03 K_W05, K_W04, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05,	C1, C2	W3-W4, W6, W7, W10, Ć3-Ć4, Ć6, Ć7, Ć10	1,2,3	F1, F2, P1
EU 3	K_W01, K_W03 K_W05, K_W04, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1,C2	W8-W9, W11, W12, Ć8, Ć9, Ć11, Ć12	1,2,3	F1, F2, P1
EU 4	K_W01, K_W03 K_W05, K_W04, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05		Ć1, Ć2, Ć6, Ć7, Ć9		F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna istoty oraz uwarunkowań procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.	Student zna istotę oraz uwarunkowania procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.	Student zna istotę oraz uwarunkowania procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych, na wybranych przykładach.	Student zna istotę oraz uwarunkowań procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych, na wybranych przykładach w rozszerzonym zakresie.
Efekt 2	Student nie potrafi diagnozować ani projektować w ramach różnych etapów procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.	Student potrafi diagnozować i projektować w ramach różnych etapów procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.	Student potrafi diagnozować i projektować w ramach różnych etapów procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych i na wskazanych przykładach.	Student potrafi diagnozować i zaprojektować różne etapów procesu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych samodzielnie.
Efekt 3	Student nie potrafi diagnozować dysfunkcji występujących w zarządzaniu zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.	Student potrafi diagnozować dysfunkcje występujące w zarządzaniu zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych.	Student potrafi diagnozować dysfunkcje występujące w zarządzaniu zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych na wybranych przykładach.	Student potrafi diagnozować dysfunkcje występujące w zarządzaniu zasobami ludzkimi w organizacjach turystycznych na wybranych przykładach i zaproponować rozwiązania własne.
Efekt 4	Student nie posiadał umiejętności stosowania narzędzi w procesie zarządzania zasobami ludzkimi w turystyce.	Student posiadał umiejętność stosowania narzędzi w procesie zarządzania zasobami ludzkimi w turystyce w stopniu dostatecznym.	Student posiadał umiejętność stosowania narzędzi w procesie zarządzania zasobami ludzkimi w turystyce w stopniu wraz z przykładami.	Student posiadał umiejętność stosowania oraz samodzielnego konstruowania narzędzi w procesie zarządzania zasobami ludzkimi w turystyce w stopniu.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	EKONOMIA II
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Ekonomii, Inwestycji i Nieruchomości
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Andrzej Skibiński
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	6

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych kategorii ekonomicznych ze szczególnym uwzględnieniem kategorii makroekonomicznych.
- C2. Przekazanie wiedzy pozwalającej na opis i interpretację zjawisk ekonomicznych oraz realnych problemów gospodarczych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Posiada podstawową wiedzę z zakresu matematyki oraz podstaw przedsiębiorczości i wiedzy o społeczeństwie, wyniesioną ze szkoły średniej. Podstawy mikroekonomii.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU1** - Student zna sposoby pomiaru gospodarki oraz determinanty dochodu narodowego. Potrafi opisać podstawowe agregaty i zjawiska gospodarcze.
- EU2** - Posiada wiedzę na temat istoty, przyczyn oraz sposobów przeciwdziałania inflacji i bezrobociu. Zna metody pomiaru inflacji i bezrobocia.
- EU3** - Student posiada wiedzę z zakresu polityki fiskalnej i polityki monetarnej. Potrafi określić rolę państwa oraz banku centralnego w gospodarce.
- EU4** - Student zna problematykę gospodarki otwartej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY	Liczba godzin
W1 – Wprowadzające do przedmiotu – informacje organizacyjne. Ekonomia w wymiarze makro - wprowadzenie do zagadnień.	4
W2 – Tworzenie i podział dochodu narodowego w systemie rynkowym.	4

W3 – Zależności agregatowe w ekonomii klasycznej i w teorii J.M. Keynes’a. Makroekonomiczny wymiar równowagi ogólnej.	4
W4 – Podstawowe problemy polityki fiskalnej - rola państwa w gospodarce.	4
W5 – Polityka pieniężna i rynek pieniężny.	4
W6 – Inflacja, jako problem makroekonomiczny.	2
W7 – Rynek pracy w wymiarze makroekonomicznym.	2
W8 – Makroekonomia gospodarki otwartej.	2
W9 – Teoria wzrostu i rozwoju gospodarczego. Wahania koniunkturalne w gospodarce.	2
W10 – Przegląd i podsumowanie omawianych zagadnień z makroekonomii.	2
razem	30
Forma zajęć – ĆWICZENIA	Liczba godzin
C1 – Wprowadzające do przedmiotu – informacje organizacyjne.	2
C2 – Ekonomia w wymiarze makro - wprowadzenie do zagadnień.	2
C3 – Mierzenie produktu i dochodu narodowego. Problemy pomiaru gospodarki.	4
C4 – Zależności agregatowe w ekonomii klasycznej i keynesowskiej. Makroekonomiczny wymiar równowagi ogólnej.	4
C5 – Podstawowe problemy polityki fiskalnej - rola państwa w gospodarce.	2
C6 – Polityka pieniężna i rynek pieniężny.	4
C7 – Inflacja, jako problem makroekonomiczny.	2
C8 – Rynek pracy w wymiarze makroekonomicznym.	2
C9 – Makroekonomia gospodarki otwartej.	2
C10 – Teoria wzrostu i rozwoju gospodarczego. Wahania koniunkturalne w gospodarce.	2
C11 – Sprawdzian wiadomości.	2
C12 – Podsumowanie zajęć w ramach prowadzonego przedmiotu. Sprawdzian poprawkowy.	2
razem	30

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Prezentacje – projektor multimedialny
2. Studia przypadków
3. Ćwiczenia rachunkowe do samodzielnego wykonania i interpretacji
4. Podręczniki i skrypty

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

F1. Aktywność i przygotowanie do ćwiczeń

P1. Sprawdzian pisemny testowy z opanowania materiału wraz z zadaniami rachunkowymi (zaliczenie ćwiczeń). Dopuszcza się ustną odpowiedź uzupełniającą

P2. Egzamin w formie pisemnej z możliwością ustnego/pisemnego uzupełnienia odpowiedzi

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	60	2,4
Obecność na konsultacjach		2	0,08
Przygotowanie do egzaminu		25	1,0
Przygotowanie zadań domowych		25	1,0
Przygotowanie do kolokwium z ćwiczeń		20	0,80
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		18	0,72
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		150	6,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

D. Begg, Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, Makroekonomia, PWE, Warszawa 2014.

B. Czarny. Podstawy Ekonomii, PWE Warszawa 2011.

M. Nasiłowski, System rynkowy. Podstawy mikro i makroekonomii. Wyd. Key Text. 2016.

Literatura uzupełniająca:

N. G. Mankiw, M. P. Taylor, Makroekonomia. PWE, Warszawa, 2016.

M. Burda, Ch. Wyplosz, Makroekonomia, PWE, Warszawa, 2013.

A. Skibiński. Rationale for Economic Development of Shell Gas in Poland – Selected Aspects. Hradec Economic Days 2015. Vol.5 (red.) JEDLICKA Pavel, 2015.

A. Skibiński. Assessment of the Degree Ageing Labour Force for Example of Poland and Slovakia European Journal of Sustainable Development. Vol. 7, No 3., 2018.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Andrzej Skibiński, andrzej.skibinski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U05, K_K02	C1	W1, W2, W3, C1, C2, C3, C4	1,2,3,4	F1, P1, P2,
EU 2	K_W07, K_W09, K_W04, K_U02, K_U03, K_U05, K_K01, K_K02	C1, C2,	W6, W7, C7, C8	1,2,3,4,	F1, P1,P2
EU 3	K_W03, K_W05, K_U02,	C1, C2,	W4, W5,	1,2,3,4	F1,P1,

	K_U03, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05		C5, C6		P2,
EU 4	K_W02, K_W07, K_W09, K_U03, K_U06, K_U07, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2,	W8, W9, C9, C10	1,3,4	F1,P1, P2,

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w stopniu poniżej 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 80%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 100%.
Efekt 2	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w stopniu poniżej 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 80%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 100%.
Efekt 3	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w stopniu poniżej 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 80%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 100%.
Efekt 4	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w stopniu poniżej 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 60%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 80%.	Student posiada wiedzę i umiejętności określone w niniejszym efekcie kształcenia w 100%.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Ekonomii, Inwestycji i Nieruchomości.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	GLOBALIZACJA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr hab. inż. Beata Ślusarczyk, Prof. P.Cz.
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30	15			

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Określenie istoty, przyczyn i skutków procesu globalizacji.
 C2. Prezentacja wpływu procesu globalizacji gospodarczej na funkcjonowanie rynków i działalność przedsiębiorstw.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii, zarządzania i międzynarodowych stosunków gospodarczych.
 Umiejętność analizowania procesów gospodarczych.
 Umiejętność formułowania wniosków na podstawie dostępnych informacji.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student rozumie istotę procesu globalizacji.
 EU 2 – Student identyfikuje przyczyny i konsekwencje rozwoju globalizacji.
 EU 3 – Student rozróżnia i charakteryzuje uczestników procesu globalizacji.
 EU 4 – Student potrafi określić uwarunkowania oraz specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku globalnym.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1 – Zajęcia organizacyjne, zapoznanie studentów z pracą w trybie e-learningowym.	1
W 2-3 – Istota procesu globalizacji; ujęcie teoretyczne.	2
W 4-5 – Chronologia procesu globalizacji.	2
W 6-7 – Rola organizacji międzynarodowych a globalny ustrój gospodarczy.	2
W 8-9 – Regionalizm w kontekście globalizacji.	2
W 10-11 – Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw.	2
W 12-13 – Istota i determinanty realizacji Bezpośrednich Inwestycji Zagranicznych.	2
W 14-15 – Wpływ BIZ na gospodarkę kraju goszczącego.	2
W 16-17 – Istota oraz formy transakcji fuzji i przejęć.	2
W 18-19 – Analiza przyczyn i barier transakcji fuzji i przejęć.	2

W 20-21 – Istota i cechy korporacji transnarodowych.	2
W 22-23 – Ocena działalności korporacji transnarodowych.	2
W 24-25 – Centra usług wspólnych jako forma działalności korporacji transnarodowych.	2
W 26-27 – Pomiar poziomu globalizacji.	2
W 28-29 – Globalizacja – relacje między globalnością i lokalnością.	2
W 30 – Sprawiedliwy handel.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
C 1 – Determinanty procesu globalizacji.	1
C 2 – Konsekwencje procesu globalizacji.	1
C 3-4 – Charakterystyka działalności wybranych organizacji międzynarodowych (MFW, MBOiR, WTO).	2
C 5-6 – Charakterystyka światowych procesów integracyjnych.	2
C 7-8 – Analiza wolumenu i struktury BIZ na świecie oraz w Polsce.	2
C 9 – Analiza transgranicznych fuzji i przejęć.	1
C 10-11 – Analiza struktury KTN na świecie.	2
C 12 – Centra usług wspólnych – charakterystyka działalności w Polsce i na świecie.	1
C 13 – Charakterystyka wskaźników: MGI i A.T. Karney.	1
C 14 – Charakterystyka wskaźników: KOF i Nowego Wskaźnika Globalizacji.	1
C 15 – Kolokwium zaliczeniowe.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Podręczniki, skrypty
3. Tematyczne zasoby internetowe
4. Platforma e-learningowa

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena aktywności studentów na zajęciach
 F2. Ocena z aktywności wykonanych fakultatywnie w e-learningu
 P1. Kolokwium zaliczeniowe

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	45	1,8
Udział w konsultacjach	4	0,16
Przygotowanie się do ćwiczeń	15	0,6
Przygotowanie się do kolokwium	15	0,6
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	21	0,84
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Ślusarczyk B., *Teoretyczno-praktyczne aspekty globalizacji gospodarczej*, Wyd. WZPCz, Częstochowa 2013.

Bąkiewicz A., Żuławska U. (red.), *Rozwój w dobie globalizacji*, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca:

Gardocka T., Menkes J. (red.), *Korporacje transnarodowe: jeden temat różne spojrzenia*, Wydaw. Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej "Acadamica", Warszawa 2010.

Bukowski S.I. (red.) *Globalizacja i integracja regionalna a wzrost gospodarczy*, CeDeWu Wydaw. Fachowe, Warszawa 2010.

Ślusarczyk B., Szajt D., *Globalizacja jako element wzrostu konkurencyjności*, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej, Zarządzanie, Nr 10, 2013, s. 98-110.

Ślusarczyk B., Golnik R., *Poland's Shared Service Industry as One of the Fastest Growing Sectors of Modern Business Services in Central Eastern Europe*, International Journal of Business and Globalisation, Vol 15, 2015, s. 193-204,

<https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJBG.2015.071166>.

Ślusarczyk B., *Tax Incentives as a Main Factor to Attract Foreign Direct Investments in Poland*, Administratie Si Management Public, nr 30, 2018, s. 67-81,

http://www.ramp.ase.ro/en/_data/files/articole/2018/30-05.pdf.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr hab. inż. Beata Ślusarczyk, Prof. PCz, beata.slusarczyk@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W04, K_U02, K_K02	C1	W2-3, W4-5	2,3,4	P1
EU 2	K_W01, K_W04, K_U02, K_K02	C1	C1, C2	2,3,4	P1, F1, F2
EU 3	K_W01, K_W04, K_U02, K_K02	C2	W6-7, W8-9, W22-23, C3-C6,	2,3,4	P1, F1, F2
EU 4	K_W01, K_W04, K_U02, K_K01	C2	W12-25	2,3,4	P1, F2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna żadnych podstawowych definicji i podstawowych pojęć teoretycznych związanych procesem globalizacji.	Student nieprecyzyjnie definiuje podstawowe pojęcia globalizacji.	Student zna precyzyjnie podstawy teoretyczne globalizacji.	Student zna precyzyjnie podstawy teoretyczne globalizacji i potrafi je odnieść do praktycznych sytuacji gospodarczych Student fakultatywnie wykonuje aktywności na platformie e-learningowej.
Efekt 2	Student nie potrafi zidentyfikować przyczyn rozwoju globalizacji ani jej skutków.	Student wybiórczo identyfikuje przyczyny i skutki procesu globalizacji.	Student prawidłowo i całościowo identyfikuje przyczyny i skutki procesu globalizacji.	Student prawidłowo i całościowo identyfikuje przyczyny i skutki procesu globalizacji, potrafi przeprowadzać samodzielne analizy procesu globalizacji Student fakultatywnie wykonuje aktywności na platformie e-learningowej.

Efekt 3	Student nie potrafi wyróżnić uczestników procesu globalizacji.	Student potrafi zidentyfikować uczestników procesu globalizacji.	Student potrafi zidentyfikować uczestników procesu globalizacji i scharakteryzować ich udział w funkcjonowaniu gospodarki światowej.	Student potrafi zidentyfikować uczestników procesu globalizacji i scharakteryzować ich udział w funkcjonowaniu gospodarki światowej. Student potrafi przedstawić swój punkt widzenia na temat roli poszczególnych uczestników w kształtowaniu procesu globalizacji. Student fakultatywnie wykonuje aktywności na platformie e-learningowej.
Efekt 4	Student nie potrafi określić żadnych uwarunkowań oraz specyfiki funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku globalnym.	Student potrafi wybiórczo określić uwarunkowania oraz specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku globalnym.	Student potrafi prawidłowo i całościowo określić uwarunkowania oraz specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku globalnym.	Student potrafi prawidłowo i całościowo określić uwarunkowania oraz specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku globalnym. Student prowadzi dyskusje nt. wzajemnego oddziaływania procesu globalizacji i przedsiębiorstw międzynarodowych. Student fakultatywnie wykonuje aktywności na platformie e-learningowej.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć: *Zgodnie z planem: www.zim.pcz.pl/plany.*

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina): *Zgodnie z planem: www.zim.pcz.pl/plany.*

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego (II piętro).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Michał Dziadkiewicz
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Prezentacja systemu ochrony własności intelektualnej i przemysłowej oraz możliwości efektywnego zarządzania ww. prawami.
 C2. Zapoznanie studentów z normami i procedurami ochrony praw własności intelektualnej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawy procedury tworzenia norm prawnych.
 Student zna hierarchię aktów prawnych.
 Student posiada wiedzę z zakresu stosowania norm prawnych prawa krajowego i Unii Europejskiej.
 Student zna zasady stosowania prawa cywilnego i gospodarczego.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student posiada wiedzę o systemie i rodzajach instytucji powołanych dla ochrony praw własności intelektualnej i przemysłowej.
 EU 2 – Student zna zasady tworzenia i stosowania prawa cywilnego i gospodarczego w zakresie ochrony własności intelektualnej.
 EU 3 – Student zna zasady postępowania przed krajowymi i międzynarodowymi instytucjami ochrony własności intelektualnej i przemysłowej.
 EU 4 – Student posiada umiejętność prezentowania i analizowania praw wynikających z norm prawa własności intelektualnej i przemysłowej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY	Liczba godzin
W 1 – Wprowadzenie do przedmiotu. Podstawowe pojęcia z zakresu prawa własności intelektualnej i przemysłowej.	1
W 2 – Źródła prawa własności intelektualnej i prawa własności przemysłowej.	1

W 3 – Wynalazek – pojęcie i kategorie wynalazków. Zdolność patentowa. Podmioty praw do wynalazku. Procedura udzielenia patentu w Urzędzie Patentowym RP.	1
W 4 – Patent europejski – istota. Unieważnienie patentu europejskiego.	1
W 5 – Procedura uzyskania patentu europejskiego.	1
W 6 – Znak towarowy – pojęcie, cechy, rodzaje i funkcje. Prawna ochrona znaku towarowego.	1
W 7 – Znak towarowy Unii Europejskiej – pojęcie, procedura rejestracji.	1
W 8 – Wzór przemysłowy – pojęcie, przesłanki zdolności rejestrowej. Prawna ochrona wzoru przemysłowego.	1
W 9 – Wspólnotowy wzór przemysłowy, przesłanki zdolności rejestrowej. Prawna ochrona wspólnotowego wzoru przemysłowego.	1
W 10 – Wzór użytkowy – pojęcie, przesłanki zdolności rejestrowej. Prawna ochrona wzoru użytkowego.	1
W 11 – Oznaczenia geograficzne – pojęcie, rodzaje i funkcje. Ochrona oznaczeń geograficznych w prawie krajowym i międzynarodowym.	1
W 12 – Zarządzanie prawami własności intelektualnej i przemysłowej.	1
W 13 – Prawo autorskie. Przedmiot i podmiot prawa autorskiego. Rodzaj utworów. Rodzaje prawa autorskich. Ochrona praw autorskich.	1
W 14 – Dozwolony użytek w prawie autorskim – pojęcie, istota i rodzaje.	1
W 15 – Plagiat – pojęcie, istota, rodzaje, sankcje. Roszczenia majątkowe i niemajątkowe w przypadku naruszenia praw autorskich.	1

Forma zajęć – ĆWICZENIA	Liczba godzin
C 1 – Zajęcia organizacyjne, omówienie przedmiotu ćwiczeń, sposobu uzyskania zaliczenia.	1
C 2-13 – Kazusy, zadania i prezentacje multimedialne obejmujące problematykę ochrony praw własności intelektualnej i przemysłowej, która przedstawiona została w ramach wykładu.	12
C 14 – Kolokwium zaliczeniowe obejmujące materiał analizowany na wykładach i ćwiczeniach.	1
C 15 – Przedstawienie wyników kolokwium wraz z ich analizą. Zaliczenie ćwiczeń.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Krajowe i wspólnotowe akty normatywne

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

F1. Ocena prac (zadań) wykonanych przez studentów.

P1. Kolokwium zaliczeniowe.

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład i Ćwiczenia	30	1,2
Obecność na konsultacjach		5	0,2
Przygotowanie się do zajęć		5	0,2
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		50	2,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

J. Sieńczyło-Chlabicz, *Prawo własności intelektualnej*, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2018.

R. Gola, *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, Wyd. C.H. Beck., Warszawa 2018.

B. Przybyliński, *Ochrona własności intelektualnej*, Uczelniane Uniwersytetu Technologiczno-Przyrodniczego, Bydgoszcz 2012.

W. Kotarba, *Ochrona własności intelektualnej*, Oficyna Wydaw. Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2012.

Literatura uzupełniająca:

A. Adamczak, M. Gędek, *Czym jest własność intelektualna?* Opracowanie na podstawie publikacji WIPO, , Warszawa 2018, dostęp online:

https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2019-12/Czym_jest_wlasnosc_intelektualna.pdf

M. Klimaszewska, J. Bielarz, *Ochrona znaków towarowych w Polsce i w Unii Europejskiej*, Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 2018, dostęp online:

https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2019-12/ochrona_znakow_towarowych_w_polsce_i_w_unii_europejskiej.pdf

A. Stuleblak, A. Zalewska, *Ochrona wzorów użytkowych w Polsce*, Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 2018, dostęp online:

https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2019-12/ochrona_wzorow_uzytkowych_w_polsce.pdf

A. Stuleblak, A. Zalewska, *Ochrona wynalazków w Polsce*, Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 2018, dostęp online:

https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2019-12/ochrona_wynalazkow_w_polsce.pdf

A. Mikiel, *Ochrona wzorów przemysłowych w Polsce i w Unii Europejskiej*, Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 2018, dostęp online:

https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2019-12/ochrona_wzorow_przem_broszura.pdf

A. Adamczak, M. Gędek, *Wynalazki w działalności małych i średnich przedsiębiorstw*, Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 2012, dostęp online:

https://uprp.gov.pl/sites/default/files/2019-12/Wynalazki_w_dzialalnosci_malych_i_srednich_przedsiębiorstw_2012.pdf

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Michał Dziadkiewicz, e-mail:michal.dziadkiewicz@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W03, K_W12 K_U01, K_K01	C1,C2	W1-W15, C2-C14	1, 2, 3	F, P
EU 2	K_W03, KW_07, K_W08, K_W12 K_U01, K_U03, K_K01	C1,C2	W1-W15 C2-C14	1,2,3	F, P
EU 3	K_W03, K_W07, K_W08, K_W12, K_U01, K_U03, K_K01	C1,C2	W1-W15, C2-C14	1,2,3	F, P
EU 4	K_W03, K_W04, K_W07, K_W12, K_U01, K_U04, K_U06, K_K01	C1,C2	C2-C14	1,2,3	F, P

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie posiada wiedzy o systemie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Nie zna podstawowych instytucji powołanych do ochrony ww. praw.	Student posiada wiedzę o systemie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Potrafi wymienić podstawowe instytucje powołane do ochrony ww. praw.	Student posiada dużą wiedzę o systemie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Potrafi właściwie wymienić podstawowe instytucje powołane do ochrony ww. praw.	Student posiada szczegółową wiedzę o systemie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Potrafi płynnie wymienić podstawowe instytucje powołane do ochrony ww. praw.
Efekt 2	Student nie zna zasad tworzenia i stosowania prawa cywilnego i gospodarczego w zakresie ochrony własności intelektualnej.	Student zna podstawowe zasady tworzenia i stosowania prawa w zakresie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej.	Student zna większość zasad tworzenia i stosowania prawa w zakresie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Zna hierarchię ww. źródeł.	Student zna szczegółowo wszystkie zasady tworzenia i stosowania prawa w zakresie ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Zna szczegółowo hierarchię ww. źródeł.

Efekt 3	Student nie zna zasad postępowania przed krajowymi i międzynarodowymi instytucjami ochrony własności intelektualnej i przemysłowej.	Student zna podstawowe zasady postępowania przed krajowymi i międzynarodowymi instytucjami ochrony własności intelektualnej i przemysłowej.	Student zna większość zasad postępowania przed krajowymi i międzynarodowymi instytucjami ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Potrafi odnaleźć różnice między ww. systemami.	Student zna wszystkie zasady postępowania przed krajowymi i międzynarodowymi instytucjami ochrony własności intelektualnej i przemysłowej. Potrafi odnaleźć różnice między ww. systemami, poprawnie interpretuje ww. przepisy.
Efekt 4	Student nie potrafi prezentować i analizować praw wynikających z norm prawa własności intelektualnej i przemysłowej.	Student potrafi w sposób wystarczający prezentować i analizować praw wynikających z norm prawa własności intelektualnej i przemysłowej.	Student potrafi w sposób zadowalający prezentować i analizować praw wynikających z norm prawa własności intelektualnej i przemysłowej.	Student potrafi precyzyjnie i szczegółowo prezentować i analizować praw wynikających z norm prawa własności intelektualnej i przemysłowej.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	SOCJOLOGIA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Prof. dr hab. Felicjan Byłok
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Charakterystyka zjawisk i procesów społecznych oraz prezentacja głównych teorii socjologicznych jako narzędzi interpretacji współczesnej rzeczywistości społecznej.
 C2. Zastosowanie kategorii socjologicznych do opisu zjawisk i procesów społecznych.
 C3. Diagnoza zachodzące współcześnie zjawisk i procesów społecznych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student potrafi opisać procesy społeczne w kontekście miejsca i roli jednostki w strukturze społecznej.
 Student potrafi używać podstawowych pojęć służących do opisu i wyjaśniania zjawisk społecznych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Posiada podstawową wiedzę z zakresu nauk społecznych, a w szczególności nauk o zarządzaniu i jakości, ekonomii i marketingu oraz zna ich charakter, znaczenie i miejsce w systemie nauk i ich relacjach do innych nauk.

EU 2 – Ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) oraz zarządzania nimi, a także zna podstawowe pojęcia dotyczące istoty, form, zasad i problemów funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych.

EU 3 – Posiada podstawową wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.

EU 4 – Zna metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania, analizy i interpretacji danych, właściwe dla studiowanego kierunku.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie socjologii jako dyscypliny naukowej i jej miejsca w obszarze nauk społecznych.	1
W 2- Człowiek jako istota społeczna. Osobowość społeczna i proces jej kształtowania.	1
W 3- Koncepcje człowieka w gospodarce.	1

W 4- Kultura i jej wpływ na życie społeczne.	1
W 5- Więź społeczna i jej przemiany w społeczeństwie.	1
W 6- Grupy społeczne, rodzina i naród.	2
W 7- Instytucje i normy społeczne.	1
W 8- Organizacja jako płaszczyzna współdziałania ludzi i jej struktury.	1
W 9- Społeczeństwo i jego struktury.	1
W 10- Stratyfikacja społeczna i jej znaczenie w społeczeństwie.	1
W 11- Socjologiczne ujęcie państwa - władza i legitymizacja władzy, demokracja.	1
W 12- Zmiana społeczna. Nowoczesność i ponowoczesność.	1
W 13- Kultura masowa. Konsumpcjonizm. Globalizacja.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA -15 godzin	Liczba godzin
C 1- Przedstawienie programu zajęć i wymogów związanych z zaliczeniem przedmiotu.	1
C 2- Dlaczego człowiek jest istotą społeczną?	1
C 3- Kultura i jej znaczenie dla funkcjonowania człowieka w społeczeństwie.	1
C 4- Więź społeczna i jej ewolucja w społeczeństwie.	1
C 5- Grupy społeczne i ich typologia.	1
C 6- Normy społeczne i ich rola w życiu społecznym.	1
C 7- Organizacja jako forma zbiorowości społecznych i jej struktury.	1
C 8- Społeczeństwo i jego struktury.	1
C 9- Struktura klasowo-warstwowa i jej znaczenie w społeczeństwie.	2
C 10- Państwo i jego instytucje.	1
C 11- Socjologiczne aspekty turystyki.	1
C 12- Style życia i ich wpływ na zachowania człowieka.	1
C 13- Czas wolny i jego funkcje.	1
C 14- Sprawdzenie wiedzy.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki
2. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Aktywny udział w dyskusji
 F2. Prezentacja (analiza literatury, multimedialna, ustna)
 P1. Kolokwium

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	30h	1,2
Udział w konsultacjach	5h	0,2
Przygotowanie się do ćwiczeń	10h	0,4
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	5 h	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN / PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	50	2,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- A. Giddens, Socjologia, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2004.
 D. Walczak-Duraj, Podstawy współczesnej socjologii, PWE, Warszawa 2009.
 B. Szacka, Wprowadzenie do socjologii, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2006.
 P. Sztomka, Socjologia zmian społecznych, Wyd. Znak, Kraków 2005.

Literatura uzupełniająca:

J. M. Golka, Socjologia kultury, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2007.

H. Domański, Struktura społeczna, Wyd. Naukowe Scholar, Warszawa 2005.

F. Bylok, Konsumpcja w Polsce i jej przemiany w okresie transformacji, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2005.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Prof. dr hab. Felicjan Bylok, felicjan.bylok@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_U02, K_K02	C1- C3	W1-W3, W5,W7, W9- W13, C1, C2, C4-C6, C8-C14	1,2	F1, F2, P1,
EU 2	K_W03, K_U03, K_K01	C1- C3	W4, W6, W8, C3, C5, C7, C14	1,2	F1, F2, P1,
EU 3	K_W04, K_U02, K_K01	C1- C3	W4-W8, C3-C7	1,2	F1, F2, P1,
EU 4	K_W05, K_U06, K_K02	C1- C3	W1- W13, C1-C13	1,2	F1, F2, P1,

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie posiada podstawowej wiedzy z zakresu nauk społecznych, a w szczególności socjologii oraz podstawowej wiedzy o zjawiskach i procesach społecznych.	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu nauk społecznych, a w szczególności socjologii oraz podstawową wiedzę o zjawiskach i procesach społecznych.	Student posiada rozszerzoną wiedzę o zakresie nauk społecznych, a w szczególności socjologii oraz podstawową wiedzę o zjawiskach i procesach społecznych.	Student posiada rozszerzoną wiedzę o zakresie nauk społecznych, a w szczególności socjologii oraz rozszerzoną wiedzę o zjawiskach i procesach społecznych.

Efekt 2	Nie ma podstawowej wiedzy o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) oraz zarządzania nimi, a także zna podstawowe pojęcia dotyczące istoty, form, zasad i problemów funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych.	Ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) oraz zarządzania nimi, a także zna podstawowe pojęcia dotyczące istoty, form, zasad i problemów funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych.	Ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) oraz zarządzania nimi, a także zna podstawowe pojęcia dotyczące istoty, form, zasad i problemów funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych.	Ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) oraz zarządzania nimi, a także zna podstawowe pojęcia dotyczące istoty, form, zasad i problemów funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych. Potrafi analizować struktury określonych instytucji społecznych i zasady ich funkcjonowania.
Efekt 3	Nie posiada podstawowej wiedzy dotyczącej procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.	Posiada podstawową wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.	Posiada rozszerzoną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.	Posiada rozszerzoną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych. Potrafi określić bariery zakłócające przebieg procesów komunikowania interpersonalnego.
Efekt 4	Nie zna podstawowych metod i narzędzi, w tym techniki pozyskiwania, analizy i interpretacji danych, właściwe dla studiowanego kierunku	Zna podstawowe metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania, analizy i interpretacji danych, właściwe dla studiowanego kierunku	Zna różnorodne metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania, analizy i interpretacji danych, właściwe dla studiowanego kierunku	Zna różnorodne metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania, analizy i interpretacji danych, właściwe dla studiowanego kierunku. Potrafi zastosować je do analizy zjawisk i instytucji społecznych.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu (DS4).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	WYCHOWANIE FIZYCZNE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1
<u>Semestr</u>	II
<u>Jednostka prowadząca</u>	Studium Wychowania Fizycznego i Sportu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Mgr Maciej Żyła
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	0

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
-	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Kształcenie i doskonalenie wszechstronnego rozwoju fizycznego poprzez odpowiedni dobór środków treningowych występujących w strukturze piłki siatkowej.
 C2. Podwyższenie poziomu umiejętności z zakresu techniki i taktyki oraz umiejętności współpracy w parach, grupach.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Brak przeciwwskazań do uczestnictwa w zajęciach wychowania fizycznego.
 Zachowanie bezpieczeństwa i higieny.
 Umiejętność korzystania z urządzeń i przyborów.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Podwyższenie poziomu umiejętności z zakresu techniki i taktyki gry w piłkę siatkową.
 EU 2 – Podwyższenie poziomu zdolności kondycyjnych i koordynacyjnych.
 EU 3 – Umiejętność współdziałania w zespole, kształtowanie postawy fair-play.
 EU 4 – Poznanie zasad organizacji zawodów sportowych i przepisów gry w piłkę siatkową.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
C1. Zajęcia organizacyjno-rekrutacyjne do grup.	2
C2. Nauka i doskonalenie poruszania się po boisku.	2
C3. Nauka i doskonalenie odbicia oburącz górą i oburącz dołem.	6
C4. Nauka i doskonalenie zagrywki tenisowej i szybującej.	2
C5. Nauka i doskonalenie przyjęcia zagrywki dołem i palcami.	4
C6. Nauka i doskonalenie ataku ze strefy 2, 3, 4.	4
C7. Nauka i doskonalenie zastawiania pojedynczego i zbiorowego.	2
C8. Gra szkolna i gra właściwa.	8

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Piłki, piłki lekarskie

2. Materace
3. Ławeczki gimnastyczne
4. Tyczki
5. Drabinki gimnastyczne

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena zaangażowania w trakcie zajęć.
 F2. Ocena aktywności podczas zajęć.)
 P1. Zaliczenie na podstawie frekwencji na zajęciach.
 P2. Zaliczenie na podstawie aktywności na zajęciach

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- J. Wołyniec. Teoria i praktyka gry w piłkę siatkową. AWF Wrocław 2000.
 A. Bondarowicz. Zabawy w grach sportowych. WSiP Warszawa 2003.
 R. Kulgawczuk, Nauczanie i uczenie się gry w siatkówkę. Szczecin 2012.
 Z. Zatyrcz, L. Piasecki. Piłka siatkowa. Szczecin 2000.

Literatura uzupełniająca:

- G. Grządziel, D. Szade. Piłka siatkowa. Technika i taktyka. AWF Katowice 2008.
 St. Zaborniak, A.Kowal. Piłka siatkowa w szkole. 2006.
 D. Shondell, C. Reynaud, The volleyball coaching bible volume I. Champaign 2002.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

- Mgr Maciej Żyła, mzyła@pcz.pl
 Mgr Dariusz Parkitny, dparkitny@adm.pcz.pl
 Mgr Jolanta Różycka, jrozycka@adm.pcz.czyst.pl
 Dr Waldemar Różycki, wrozycki@adm.pcz.czyst.pl
 Mgr Wiesław Papaj, wieslaw.papaj@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2,	C1-C8	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2 P1, P2
EU 2	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	C1-C8	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2 P1, P2
EU 3	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	C1-C8	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2 P1, P2
EU 4	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	C1-C8	1, 2, 3, 4, 5	F1, P2

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Studium Wychowania Fizycznego.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	JĘZYK ANGIELSKI
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1-3
<u>Semestr</u>	II-V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Studium Języków Obcych
<u>Osoba sporządzająca</u>	Mgr Zofia Sobańska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	8 (2+2+2+2)

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
-	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Kształcenie i rozwijanie podstawowych sprawności językowych (rozumienia, mówienia, czytania, pisania), niezbędnych do funkcjonowania w międzynarodowym środowisku pracy oraz w życiu codziennym.

C2. Poznanie niezbędnego słownictwa ogólnotechnicznego i specjalistycznego związanego z kierunkiem studiów.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Znajomość języka na poziomie biegłości B1 według Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.

Umiejętność pracy samodzielnej i w grupie.

Umiejętność korzystania z różnych źródeł informacji, również w języku obcym.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi posługiwać się językiem obcym w stopniu pozwalającym na funkcjonowanie w typowych sytuacjach życia zawodowego oraz w życiu codziennym.

EU 2 – Student potrafi prowadzić korespondencję prywatną i służbową.

EU 3 – Student potrafi czytać ze zrozumieniem tekst popularnonaukowy ze swojej dziedziny.

EU 4 – Student potrafi przygotować i przedstawić prezentację z użyciem środków multimedialnych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 2		Liczba godzin
C 1	Powtórzenie słownictwa i gramatyki - test poziomujący.	2
C 2	Autoprezentacja: prezentacja uczelni, terminologia związana z kształceniem akademickim, ścieżka kariery zawodowej.	2
C 3	Praca z tekstem specjalistycznym. Rozwój nowych technologii.	2
C 4	Nawiązywanie kontaktów służbowych. Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym: ćwiczenia w komunikacji językowej.	2
C 5	Media społecznościowe: ubieganie się o pracę. Konwersacje.	2
C 6	Opracowywanie profilu zawodowego- praca z materiałem audiowizualnym.	2
C 7	Język sytuacyjny: nawiązywanie kontaktów na konferencjach, targach oraz	2

	w innych sytuacjach zawodowych.	
C 8	Powtórzenie materiału. Kolokwium I.	2
C 9	Powtórzenie podstawowych struktur gramatycznych- ćwiczenia w komunikacji językowej.	2
C 10	Zakładanie nowej firmy. Konwersacje.	2
C 11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: narada w zespole.	2
C 12	Język sytuacyjny: sprawdzanie postępów prac, delegowanie zadań.	2
C 13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 14	Powtórzenie materiału. Kolokwium II.	2
C 15	Sprawdzenie umiejętności komunikacyjnych z semestru. Konsolidacja i utrwalenie materiału.	2
RAZEM:		30

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 3		Liczba godzin
C 1	Powtórzenie struktur językowych. Ćwiczenia komunikacyjne.	2
C 2	Ćwiczenia kompetencji zawodowych. Język sytuacyjny: spotkania biznesowe.	2
C 3	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: korespondencja służbowa (1).	2
C 4	Język sytuacyjny: ustalanie spotkań biznesowych. Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym.	2
C 5	Podstawowa terminologia ekonomiczna. Konwersacje.	2
C 6	Powtórzenie struktur językowych. Praca z materiałem audiowizualnym.	2
C 7	Język sytuacyjny: wyjazd służbowy.	2
C 8	Powtórzenie materiału. Kolokwium I.	2
C 9	Korespondencja służbowa. Ćwiczenia w komunikacji językowej.	2
C 10	Budowanie kontaktów zawodowych. Konwersacje.	2
C 11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: prezentacja multimedialna.	2
C 12	Język sytuacyjny: wyrażanie opinii.	2
C 13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 14	Powtórzenie materiału. Kolokwium II.	2
C 15	Omówienie kolokwium. Konsolidacja i utrwalenie materiału z semestru.	2
RAZEM:		30

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 4		Liczba godzin
C 1	Struktury językowe w użyciu praktycznym. Słotwórstwo.	2
C 2	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: rozmowy telefoniczne.	2
C 3	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 4	Język sytuacyjny: udzielanie rad i wysuwanie propozycji. Różnice kulturowe. Struktury językowe w użyciu praktycznym.	2
C 5	Sukces w pracy. Konwersacje.	2
C 6	Opracowywanie profilu zawodowego- praca z materiałem audiowizualnym.	2
C 7	Język sytuacyjny: rozmowa kwalifikacyjna.	2
C 8	Powtórzenie materiału. Kolokwium I.	2
C 9	Innowacyjność w gospodarce. Słotwórstwo.	2
C 10	Satysfakcja z pracy. Konwersacje.	2
C 11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: negocjacje.	2
C 12	Język sytuacyjny: nowe technologie w miejscu pracy. Problemy i ich rozwiązywanie.	2
C 13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 14	Powtórzenie materiału. Kolokwium II.	2
C 15	Omówienie kolokwium. Konsolidacja i utrwalenie materiału z semestru.	2
RAZEM:		30

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 5		Liczba godzin
C1	Powtórzenie podstawowych struktur językowych. Kariera zawodowa- cechy osobowościowe wpływające na karierę zawodową.	2
C2	Komunikacja językowa: język biznesu.	2
C3	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C4	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: Korespondencja służbowa (pisanie e-maili, podania o przyjęcie do pracy).	2
C5	Ryzyko zawodowe. Konwersacje.	2
C6	Prezentacja danych liczbowych i diagramów. Praca z materiałem audiowizualnym.	2
C7	Język sytuacyjny: zawieranie umów, oferty, załatwianie spraw w banku.	2
C8	Powtórzenie materiału. Kolokwium I.	2
C9	Konstrukcje w stronie biernej. Opis procesów produkcyjnych.	2
C10	Style zarządzania. Konwersacje.	2
C11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: zarządzanie czasem.	2
C12	Język sytuacyjny: budowanie umiejętności pracy w zespole	2
C13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C14	Powtórzenie materiału. Kolokwium II.	2
C15	Omówienie kolokwium. Indywidualne prezentacje studentów.	2
RAZEM:		30

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki do języka ogólnego i specjalistycznego
2. Ćwiczenia z zastosowaniem materiałów autorskich oraz środków audiowizualnych
3. Prezentacje multimedialne, plansze, plakaty, słowniki itp.

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena przygotowania do zajęć dydaktycznych
 F2. Ocena aktywności podczas zajęć
 F3. Ocena za test osiągnięć
 F4. Ocena za prezentację
 P1. Ocena na zaliczenie

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności Semestr II-V	
		[h]	ECTS
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Ćwiczenia	30+30+30+30	1+1+1+1
Przygotowanie się do ćwiczeń i kolokwiów zaliczeniowych		21+21+21+21	0,7+07+07+07
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		6+6+6+6	0,2+0,2+02+02
Obecność na konsultacjach		3+3+3+3	0,1+01+01+01
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		60+60+60+60	2+2+2+2

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- K. Harding, A. Lane: International Express- Intermediate; OUP 2015.
 J. Hughes, J. Naunton: Business Result- Intermediate; OUP 2018.
 M. Duckworth, J. Hughes: Business Result- Upper-Intermediate; OUP 2018.
 I. Dubicka, M. O’Keeffe i inni: Business Partner B1+; Pearson 2018.
 M. Dubicka, M. Rosenberg i inni: Business Partner B2; Pearson 2018.
 D. Cotton, D. Falvey, S. Kent: Market Leader upper- intermediate; Pearson Longman 201.
 V. Evans, J. Dooley: Finance; Express Publishing 2012.

Literatura uzupełniająca:

P. Strutt: English for International Tourism, Pearson 2019.

R. Walker: Tourism; OUP 2019.

A. Pilbeam, N. O'Driscoll: Logistics Management – Market Leader; Pearson Longman 2010.

I. Mackenzie: Management and Marketing; Heinle 1997.

V. Enans: Career Paths: Tourism; Express Publishing 2017.

E. J. Williams: Presentations in English; Macmillan 2008.

J.M. Milne: Business Language Practice; Heinle 1994.

Aplikacje internetowe.

J. Dooley, V. Evans: Grammarway 2,3,4; Express Publishing 1999.

Dictionary of Contemporary English; Pearson Longman 2009 oraz inne słowniki.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Mgr Izabela Mishchil; izabela.mishchil@pcz.pl,

Mgr Zofia Sobańska; zofia.sobanska@pcz.pl,

Mgr Małgorzata Engelking; malgorzata.engelking@pcz.pl,

Mgr Katarzyna Górniak; katarzyna.gorniak@pcz.pl,

Mgr Aneta Kot; aneta.kot@pcz.pl,

Mgr Wioletta Będkowska; wioletta.bedkowska@pcz.pl,

Mgr Aleksandra Glišńska; aleksandra.glinska@pcz.pl,

Mgr Joanna Dziurkowska; joanna.dziurkowska@pcz.pl,

Mgr Marian Gałkowski; marian.galkowski@pcz.pl,

Mgr Dorota Imiołczyk; dorota.imiolczyk@pcz.pl,

Mgr Barbara Janik; barbara.janik@pcz.pl,

Mgr Barbara Nowak; barbara.nowak@pcz.pl,

Mgr Joanna Pabjańczyk- Musialska; j.pabjanczyk-musialska@pcz.pl,

Mgr Przemysław Załęcki; przemyslaw.zalecki@pcz.pl,

Mgr Katarzyna Stefańczyk; katarzyna.stefanczyk@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_U10	C1, C2,	Sem. 2-5: Ćw. 1-15	1, 2,3	Sem.3: F1, F2, F3, P1 Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1, F2, F3, P1 Sem.6: F1, F2, F3, F4, P1
EU 2	K_U10	C1, C2,	Sem. 2: Ćw. 1, 3-6, 8, 9, 13, 14 Sem. 3: Ćw.1, 3-6, 8-10, 13, 14 Sem. 4: Ćw. 1, 3, 4, 6, 8, 9, 13, 14 Sem. 5: Ćw. 1-4, 8, 9, 13, 14	1,2,3	Sem.3: F1, F2, F3, P1 Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1, F2, F3, P1 Sem.6: F1, F2, F3, F4, P1
EU 3	K_U10	C1, C2	Sem. 2: Ćw.1, 3, 4, 8,	1,2,3	Sem.3: F1, F2, F3, P1

			9, 13, 14 Sem. 3: Ćw. 1, 4, 5, 8, 11, 13-15 Sem. 4: Ćw.1, 3, 4, 8, 9, 13-15 Sem. 5: Ćw.1, 3, 6, 8, 9, 13, 14		Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1, F2, F3, P1 Sem.6: F1, F2, F3, F4, P1
EU 4	K_U10	C1, C2	Sem. 2: Ćw.1-4, 6-9, 13-15 Sem. 3: Ćw. 1, 2, 4-6, 8, 11-15 Sem. 4: Ćw.1, 3, 4, 6, 8, 9, 12-15 Sem. 5: Ćw1-15	1,2,3	Sem.3: F1, F2, F3, P1 Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1, F2, F3, P1 Sem.6: F1, F2, F3, F4, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi posługiwać się językiem obcym oraz stosować odpowiednich konstrukcji gramatyczno-leksykalnych w środowisku zawodowym i typowych sytuacjach życia codziennego ani w formie pisemnej ani w formie ustnej. Uzyskał z testu osiągnąć wynik poniżej 60%.	Student potrafi posługiwać się językiem obcym w bardzo ograniczonym zakresie, pełniąc przy tym bardzo liczne błędy. Uzyskał wynik z testu w przedziale 60-75%.	Student potrafi posługiwać się językiem obcym w sposób prawidłowy, lecz okazjonalnie popełnia błędy. Uzyskał wynik z testu w przedziale 80-85%	Student potrafi płynnie i spontanicznie wypowiadać się na tematy zawodowe i społeczne oraz w kontaktach towarzyskich. Uzyskał wynik z testu powyżej 91%.
Efekt 2	Student nie potrafi sformułować prostych tekstów w korespondencji prywatnej i zawodowej.	Student potrafi w sposób komunikatywny, lecz w bardzo ograniczonym zakresie sformułować proste teksty w korespondencji zawodowej i prywatnej.	Student potrafi w sposób komunikatywny wypowiadać się w formie pisemnej, lecz okazjonalnie popełnia przy tym błędy.	Student potrafi swobodnie i kreatywnie wypowiadać się pisemnie, z zachowaniem wszelkich standardów obowiązujących w korespondencji w języku docelowym.

Efekt 3	Student nie rozumie tekstu, który czyta. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania poniżej 60%.	Student rozumie jedynie fragmenty tekstu, który czyta, ma trudności z jego interpretacją. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania w przedziale 60-75%.	Student rozumie znaczenie głównych wątków tekstu i potrafi je zinterpretować. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania w przedziale 80-85%.	Student rozumie wszystko, co przeczyta, również szczegóły. Potrafi bezbłędnie interpretować własnymi słowami przeczytany tekst. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania powyżej 91%.
Efekt 4	Student nie potrafi przygotować i przedstawić prezentacji na zadany temat.	Student potrafi przygotować prezentację zgodnie z przyjętymi zasadami i przedstawić ją, lecz w trakcie prezentacji popełnia liczne błędy językowe.	Student potrafi przygotować prezentację zgodnie z przyjętymi zasadami i potrafi ją przedstawić w sposób prosty i komunikatywny.	Student potrafi przygotować prezentację zgodnie z przyjętymi zasadami i potrafi ją przedstawić, posługując się bogatym słownictwem i zaawansowanymi konstrukcjami językowymi.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Wszelkie informacje dla studentów danego kierunku wraz z programem nauczania dot. języka obcego oraz harmonogramem odbywania zajęć dostępne są na stronie internetowej Studium Języków Obcych P. Cz. – www.sjo.pcz.pl, tablicy ogłoszeniowej SJO PCZ lub bezpośrednio u prowadzącego. Zajęcia z języków obcych odbywają się w Studium Języków Obcych P. Cz., ul Dąbrowskiego 69 II p. Informacja na temat konsultacji przekazywana jest studentom podczas pierwszych zajęć z danego przedmiotu a także jest zamieszczona na stronie internetowej SJO- www.sjo.pcz.pl.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	JĘZYK NIEMIECKI
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	1-3
<u>Semestr</u>	II – V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Studium Języków Obcych
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Marlena Wilk
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	8 (2+2+2+2)

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
-	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Kształcenie i rozwijanie podstawowych sprawności językowych (rozumienia, mówienia, czytania, pisania), niezbędnych do funkcjonowania w międzynarodowym środowisku pracy oraz w życiu codziennym.

C2. Poznanie niezbędnego słownictwa ogólnotechnicznego i specjalistycznego związanego z kierunkiem studiów.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Znajomość języka na poziomie biegłości B1 według Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.

Umiejętność pracy samodzielnej i w grupie.

Umiejętność korzystania z różnych źródeł informacji, również w języku obcym.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi posługiwać się językiem obcym w stopniu pozwalającym na funkcjonowanie w typowych sytuacjach życia zawodowego oraz w życiu codziennym.

EU 2 – Student potrafi prowadzić korespondencję prywatną i służbową.

EU 3 – Student potrafi czytać ze zrozumieniem tekst popularnonaukowy ze swojej dziedziny.

EU 4 – Student potrafi przygotować i przedstawić prezentację z użyciem środków multimedialnych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 2		Liczba godzin
C 1	Ćwiczenia wprowadzające do nauki języka obcego.	2
C 2	Autoprezentacja: terminologia związana z kształceniem akademickim.	2
C 3	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 4	Nawiązywanie kontaktów służbowych. Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym: ćwiczenia w komunikacji językowej.	2
C 5	Media społecznościowe: ubieganie się o pracę. Konwersacje.	2
C 6	Opracowywanie profilu zawodowego- praca z materiałem audiowizualnym.	2

C 7	Język sytuacyjny: nawiązywanie kontaktów w sytuacjach zawodowych.	2
C 8	Podstawowe struktury gramatyczne w komunikacji językowej – ćwiczenia.	2
C 9	Utrwalenie struktur gramatycznych- ćwiczenia w komunikacji językowej.	2
C 10	Zakładanie nowej firmy. Konwersacje.	2
C 11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: narada w zespole.	2
C 12	Język sytuacyjny: sprawdzanie postępów prac, delegowanie zadań.	2
C 13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 14	Powtórzenie i utrwalenie materiału. Kolokwium zaliczeniowe.	2
C 15	Omówienie wyników kolokwium. Ewaluacja.	2
RAZEM:		30

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 3		Liczba godzin
C 1	Powtórzenie struktur językowych. Ćwiczenia komunikacyjne.	2
C 2	Ćwiczenia kompetencji zawodowych. Język sytuacyjny: spotkania biznesowe.	2
C 3	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: korespondencja służbowa.	2
C 4	Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym: spotkania biznesowe.	2
C 5	Podstawowa terminologia ekonomiczna. Konwersacje.	2
C 6	Powtórzenie struktur językowych. Praca z materiałem audiowizualnym.	2
C 7	Język sytuacyjny: praktyki/szkolenia zawodowe.	2
C 8	Język sytuacyjny: wyjazd służbowy.	2
C 9	Ćwiczenia w komunikacji językowej – problemy w pracy, prośby o pomoc.	2
C 10	Budowanie kontaktów zawodowych. Konwersacje.	2
C 11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: prezentacja multimedialna.	2
C 12	Język sytuacyjny: wyrażanie opinii.	2
C 13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 14	Powtórzenie i utrwalenie materiału. Kolokwium zaliczeniowe.	2
C 15	Omówienie wyników kolokwium. Ewaluacja.	2
RAZEM:		30

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 4		Liczba godzin
C 1	Struktury językowe w użyciu praktycznym. Słowotwórstwo.	2
C 2	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: rozmowy telefoniczne.	2
C 3	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 4	Język sytuacyjny: udzielanie rad i wysuwanie propozycji. Różnice kulturowe.	2
C 5	Sukces w pracy. Konwersacje. Struktury językowe w użyciu praktycznym.	2
C 6	Opracowywanie profilu zawodowego- praca z materiałem audiowizualnym.	2
C 7	Język sytuacyjny: rozmowa kwalifikacyjna.	2
C 8	Problemy w miejscu pracy - użytkowanie sprzętów/systemów.	2
C 9	Innowacyjność w gospodarce. Słowotwórstwo.	2
C 10	Satysfakcja z pracy. Konwersacje.	2
C 11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: negocjacje.	2
C 12	Język sytuacyjny: nowe technologie w miejscu pracy.	2
C 13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C 14	Powtórzenie i utrwalenie materiału. Kolokwium zaliczeniowe.	2
C 15	Omówienie wyników kolokwium. Ewaluacja.	2
RAZEM:		30

Forma zajęć – Ćwiczenia; semestr 5		Liczba godzin
---	--	----------------------

C1	Powtórzenie podstawowych struktur językowych. Kariera zawodowa- cechy osobowościowe wpływające na karierę zawodową.	2
C2	Komunikacja językowa: język biznesu.	2
C3	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C4	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: Korespondencja służbowa: e-maile, dokumenty aplikacyjne.	2
C5	Ryzyko zawodowe. Konwersacje.	2
C6	Prezentacja danych liczbowych i diagramów. Praca z materiałem audiowizualnym.	2
C7	Język sytuacyjny: zawieranie umów, oferty pracy, załatwianie spraw w banku.	2
C8	Konstrukcje leksykalno-gramatyczne w języku potocznym.	2
C9	Konstrukcje leksykalno-gramatyczne w języku technicznym (strona bierna). Opis procesów produkcyjnych.	2
C10	Style zarządzania. Konwersacje.	2
C11	Ćwiczenie kompetencji zawodowych: zarządzanie czasem.	2
C12	Język sytuacyjny: budowanie umiejętności pracy w zespole.	2
C13	Praca z tekstem specjalistycznym.	2
C14	Powtórzenie i utrwalenie materiału. Kolokwium zaliczeniowe.	2
C15	Omówienie wyników kolokwium. Ewaluacja.	2
RAZEM		30

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki do języka ogólnego i specjalistycznego
2. Ćwiczenia z zastosowaniem materiałów autorskich oraz środków audiowizualnych
3. Prezentacje multimedialne, plansze, plakaty, słowniki itp.

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena przygotowania do zajęć dydaktycznych
- F2. Ocena aktywności podczas zajęć
- F3. Ocena za test osiągnięć
- F4. Ocena za prezentację
- P1. Ocena na zaliczenie

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/ punktów na zrealizowanie aktywności Semestr II-V	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Ćwiczenia	30+30+30+30	1+1+1+1
Przygotowanie się do ćwiczeń i kolokwium zaliczeniowych		21+21+21+21	0,7+07+07+07
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		6+6+6+6	0,2+0,2+02+02
Obecność na konsultacjach		3+3+3+3	0,1+01+01+01
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		60+60+60+60	2+2+2+2

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Becker N., Braunert J.: Alltag, Beruf & Co., Hueber Verlag, Ismaning 2010.
 Braunert J., Schlenker W.: Unternehmen Deutsch – Grundkurs A1/A2, Aufbaukurs-B1/B2, E. Klett, Stuttgart, 2005.
 Funk H, Kuhn Ch.: Studio d A2, B1 + kurs DVD, Cornelsen BC edu, Berlin 2007.

Guenat G., Hartmann P.: Deutsch für das Berufsleben B1, E. Klett Sprachen GmbH, 2010.

Literatura uzupełniająca:

Bosch G., Dahmen K.: Schritte international im Beruf, Hueber Verlag, Ismaning, 2010.

Buscha A., Lindhaut G.: Geschäftskommunikation, Verhandlungssprache, Hueber Verlag, Ismaning, 2007.

Bęza S.: Nowe repetytorium z gramatyki języka niemieckiego, PWN, Warszawa 2004.

Corbbeil J.-C., Archambault A., Słownik obrazkowy polsko-niemiecki, Wyd. LektorKlett, Poznań 2007.

Czasopisma: magazin - deutschland.de, Bildung & Wissenschaft .

Eismann V.: Erfolgreich bei Präsentationen, Cornelsen Verlag, Berlin 2006.

Kołosut S.: Wirtschaftsgespräche, Wyd. Poltext, Warszawa 1998.

Słownik naukowo-techniczny ; Wydawnictwa Techniczne, Warszawa, 2002.

Wielki Słownik niemiecko-polski/polsko-niemiecki PONS; Wyd. LektorKlett, 2003.

Zasoby Internetu.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Marlena Wilk; mwilk@adm.pcz.pl

Dr Henryk Juszcak; henryk.juszcak@pcz.pl

Mgr Urszula Tarkiewicz; urszula.tarkiewicz@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_U10	C1, C2	Sem. 2-5: Ćw. 1-15	1, 2,3	Sem.2: F1, F2, F3, P1 Sem.3: F1, F2, F3, P1 Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1,F2, F3, F4, P1
EU 2	K_U10	C1, C2,	Sem. 2: Ćw. 1, 3-6, 8, 9, 13, 14 Sem. 3: Ćw.1, 3-6, 8-10, 13, 14 Sem. 4: Ćw. 1, 3, 4, 6, 8, 9, 13, 14 Sem. 5: Ćw. 1-4, 8, 9, 13, 14	1,2,3	Sem.2: F1, F2, F3, P1 Sem.3: F1, F2, F3, P1 Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1, F2, F3, F4, P1
EU 3	K_U10	C1, C2	Sem. 2: Ćw.1, 3, 4, 8, 9, 13, 14 Sem. 3: Ćw. 1, 4, 5, 8, 11, 13-15 Sem. 4: Ćw.1, 3, 4, 8, 9, 13-15 Sem. 5: Ćw.1, 3, 6, 8, 9, 13, 14	1,2,3	Sem.2: F1, F2, F3, P1 Sem.3: F1, F2, F3, P1 Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1, F2, F3, F4, P1
EU 4	K_U10	C1, C2	Sem. 2: Ćw.1-4, 6-9, 13-15 Sem. 3: Ćw. 1,	1,2,3	Sem.2: F1, F2, F3, P1 Sem.3: F1,

			2, 4-6, 8, 11-15 Sem. 4: Ćw.1, 3, 4, 6, 8, 9, 12-15 Sem. 5: Ćw1-15		F2, F3, P1 Sem.4: F1, F2, F3, P1 Sem.5: F1, F2, F3, F4, P1
--	--	--	--	--	---

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi posługiwać się językiem obcym oraz stosować odpowiednich konstrukcji gramatyczno-leksykalnych w środowisku zawodowym i typowych sytuacjach życia codziennego ani w formie pisemnej ani w formie ustnej. Uzyskał z testu osiągnąć wynik poniżej 60%.	Student potrafi posługiwać się językiem obcym w bardzo ograniczonym zakresie, popełniając przy tym bardzo liczne błędy. Uzyskał wynik z testu w przedziale 60-75%.	Student potrafi posługiwać się językiem obcym w sposób prawidłowy, lecz okazjonalnie popełnia błędy. Uzyskał wynik z testu w przedziale 80-85%.	Student potrafi płynnie i spontanicznie wypowiadać się na tematy zawodowe i społeczne oraz w kontaktach towarzyskich. Uzyskał wynik z testu powyżej 91%.
Efekt 2	Student nie potrafi sformułować prostych tekstów w korespondencji prywatnej i zawodowej.	Student potrafi w sposób komunikatywny, lecz w bardzo ograniczonym zakresie sformułować proste teksty w korespondencji zawodowej i prywatnej.	Student potrafi w sposób komunikatywny wypowiadać się w formie pisemnej, lecz okazjonalnie popełnia przy tym błędy.	Student potrafi swobodnie i kreatywnie wypowiadać się pisemnie, z zachowaniem wszelkich standardów obowiązujących w korespondencji w języku obcym.

Efekt 3	Student nie rozumie tekstu, który czyta. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania poniżej 60%.	Student rozumie jedynie fragmenty tekstu, który czyta, ma trudności z jego interpretacją. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania w przedziale 60-75%.	Student rozumie znaczenie głównych wątków tekstu i potrafi je zinterpretować. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania w przedziale 80-85%.	Student rozumie wszystko, co przeczyta, również szczegóły. Potrafi bezbłędnie interpretować własnymi słowami przeczytany tekst. Uzyskał wynik z testu obejmującego sprawność czytania powyżej 91%.
Efekt 4	Student nie potrafi przygotować i przedstawić prezentacji na zadany temat.	Student potrafi przygotować prezentację zgodnie z przyjętymi zasadami i przedstawić ją, lecz w trakcie prezentacji popełnia liczne błędy językowe.	Student potrafi przygotować prezentację zgodnie z przyjętymi zasadami i potrafi ją przedstawić w sposób prosty i komunikatywny.	Student potrafi przygotować prezentację zgodnie z przyjętymi zasadami i potrafi ją przedstawić, posługując się bogatym słownictwem i zaawansowanymi konstrukcjami językowymi.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Wszelkie informacje dla studentów danego kierunku wraz z programem nauczania dot. języka obcego oraz harmonogramem odbywania zajęć dostępne są na stronie internetowej Studium Języków Obcych P. Cz. – www.sjo.pcz.pl, tablicy ogłoszeniowej SJO PCZ lub bezpośrednio u prowadzącego.

Zajęcia z języków obcych odbywają się w Studium Języków Obcych P.Cz., ul Dąbrowskiego 69, II p. Informacja na temat konsultacji przekazywana jest studentom podczas pierwszych zajęć z danego przedmiotu a także jest zamieszczona na stronie internetowej SJO- www.sjo.pcz.pl.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	KRAJOZNAWSTWO
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Agnieszka Ociepa-Kubicka
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Zapoznanie studentów z typami krajobrazów i wskazanie antropogenicznego oddziaływania na krajobrazy.

C2. Ukazanie ewolucji krajoznawstwa i jego roli we współczesnym świecie.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student posiada ogólną wiedzę z zakresu geografii Polski.

Student posiada ogólną wiedzę na temat walorów krajoznawczych.

Student posiada wiedzę dotyczącą najnowszych tendencji w ruchu krajoznawczym.

Posiada podstawowe umiejętności poszukiwania i gromadzenia informacji.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student zna terminologię z zakresu krajoznawstwa i turystyki.

EU 2 – Student zna i umie interpretować podstawowe akty prawne z zakresu krajoznawstwa.

EU 3 – Posiada wiedzę na temat walorów krajoznawczych poszczególnych regionów Polski.

EU 4 – Student ma świadomość zagrożeń wynikających z antropogenicznej ingerencji człowieka w środowisko.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W1,W2- Wprowadzenie do tematyki wykładów - przedstawienie podstawowych pojęć z zakresu krajoznawstwa.	2
W3,W4- Krajobraz, elementy krajobrazu. Znaczenie krajobrazu jako zasobu w gospodarce przestrzennej.	2
W5,W6- Rozwój krajoznawstwa w Polsce.	2
W7,W8- Podstawowe akty prawne z zakresu krajoznawstwa, turystyki.	2
W9,W10- Rola krajoznawstwa we współczesnym społeczeństwie.	2
W11,W12- Źródła wiedzy krajoznawczej, ich rodzaje oraz charakterystyka.	2
W13,W14- Dziedzictwo historyczne i kulturowe Polski.	2

W15,W16- Ekologia i ochrona przyrody i jej związki z krajoznawstwem.	2
W17,W18- Odznaki krajoznawcze jako przykład popularyzacji krajoznawczej regionów i Polski.	2
W19,W20- Turystyka krajoznawcza.	2
W21,W22- Inwentaryzacja krajoznawcza.	2
W23,W24- Szlaki zabytków architektury i przemysłu.	2
W25,W26- Szlaki historyczne i archeologiczne na terytorium Polski.	2
W27,W28- Szlaki wodne i górskie w Polsce.	2
W29,W30- Krajoznawstwo a integracja międzynarodowa.	2
Forma zajęć –ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
C1- Zapoznanie studentów z tematyką ćwiczeń, przedstawienie kryteriów oceniania.	1
C2,C3- Wykorzystanie wiedzy krajoznawczej w tworzeniu produktu turystycznego.	2
C4- Interpretacja podstawowych aktów prawnych z zakresu krajoznawstwa.	1
C5,C6,C7- Popularne szlaki i trasy turystyczne w Polsce i Europie.	3
C8- Pojęcie dziedzictwa kulturowego. Polskie obiekty na liście światowego dziedzictwa UNESCO.	1
C9,C10,C11- Przygotowanie programu wycieczki turystyczno-krajoznawczej w wybranym regionie.	3
C12,C13- Ochrona wartości kulturowych i przyrodniczych wybranych regionów a rozwój turystyki.	2
C14- Krajoznawstwo młodzieży szkolnej i akademickiej na przykładzie PTTK.	1
C15- Kolokwium zaliczeniowe.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki, monografie i skrypty
2. Prezentacja wykładów i ćwiczeń w programie Power Point
3. Akty prawne
4. Mapy

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- P1. Ocena z prezentacji studentów
P2. Kolokwium podsumowujące

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	45	1,8
Godziny kontaktowe z prowadzącym (konsultacje)		4	0,16
Zapoznanie się z literaturą		26	1,04
Przygotowanie do zadań i kolokwium z ćwiczeń		25	1,0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Prószyńska-Bordas H. (2016), *Krajoznawstwo: tradycja i współczesność*, Wyd. Diffin, Warszawa.
Symonides E. (2008) *Ochrona przyrody*, Wyd. Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
Ociepa-Kubicka A., Bachniak K. (2014), *Ochrona wartości przyrodniczych a rozwój turystyki*, Gospodarka Przestrzenna - Uwarunkowania Terytorialno-Przyrodnicze Zarządzania Rozwojem Regionalnym (Red.) Kielesńska Agata, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Ociepa-Kubicka A. (2018), *Nowoczesne trendy w projektowaniu zieleni w przestrzeni miejskiej*, Innowacyjność i kreatywność w zarządzaniu (Red.) Pachura Piotr, Ociepa-Kubicka Agnieszka, Zelga-Szmidla Anna, Kieleska Agata.

Ingaldi M., Ociepa-Kubicka A., Seroka- Stolka O. (2016) *Proekologiczne zarządzanie w przedsiębiorstwie -współczesne problemy i uwarunkowania*, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Literatura uzupełniająca:

Bielska A. Kupidura A. (2013), *Kształtowanie przestrzeni na obszarach wiejskich*, Wyd. Politechnika Warszawska, Warszawa.

Błaszczak E. (2017), *Wybrane aspekty zorganizowanej turystyki dzieci i młodzieży szkolnej w Polsce* ZNUV, 54(3);262-276 (dostępny on-line).

Ociepa-Kubicka A. (2015), *Ekonomiczne i ekologiczne aspekty zielonych dachów*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej We Wrocławiu, Nr 15, 2.

Ociepa-Kubicka A. (2016), *EMAS - a tool supporting eco-innovations*, Lap Lambert Academic Publishing.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Agnieszka Ociepa-Kubicka, agnieszka.ociepa-kubicka@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_U02, K_U08, K_K02	C1, C2	W1-8, W17-30, C1	1,2	P2
EU 2	K_W03, K_W07, K_U05, K_K02	C2	W4, W7-8, C4, C2	1,2,3	P2
EU 3	K_W02, K_U02, K_U04, K_U06, K_K04	C1, C2	W5, W10-14, W17-30, C4-14	2,4	P1, P2
EU 4	K_W02, K_W05, K_W10, K_U02, K_U03, K_U04, K_K02	C1	W9, W15-16, C12-13	1,2	P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna podstawowej terminologii z zakresu krajoznawstwa.	Student zna tylko pojedyncze terminy z zakresu krajoznawstwa.	Student zna większość pojęć związanych z krajoznawstwem.	Student zna prawidłową terminologię z zakresu krajoznawstwa.
Efekt 2	Student nie zna podstawowych aktów prawnych.	Student wymienia kilka aktów prawnych, nie potrafi ich interpretować.	Student zna akty prawne jednak nie wszystkie prawidłowo Interpretuje.	Student zna akty prawne związane z krajoznawstwem oraz dokonuje prawidłowo ich interpretacji.

Efekt 3	Student nie posiada wiedzy na temat walorów krajoznawczych regionów Polski.	Student posiada wiedzę na temat regionów Polski jednak nie potrafi prawidłowo przedstawić ich walorów krajoznawczych.	Student posiada wiedzę na temat walorów krajoznawczych wybranych regionów Polski.	Student posiada wiedzę na temat walorów krajoznawczych wszystkich regionów Polski.
Efekt 4	Student nie ma świadomości zagrożeń wynikających z ingerencji człowieka w środowisko naturalne.	Student ma świadomość pewnych zagrożeń wynikających z ingerencji człowieka w środowisko naturalne.	Student ma świadomość zagrożeń wynikających z ingerencji człowieka w środowisko naturalne ale nie potrafi podać wyczerpującej ilości przykładów.	Student ma świadomość wszystkich zagrożeń wynikających z ingerencji człowieka w środowisko naturalne popiera to licznymi przykładami.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	MARKETING W TURYSTYCE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Izabella Sowier-Kasprzyk
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych zagadnień dotyczących istoty marketingu w turystyce.
 C2. Umiejętność tworzenia założeń strategii marketingowej w turystyce w warunkach rosnącej konkurencji rynkowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna podstawowe zagadnienia dotyczące działalności rynkowej, mechanizmy rynkowe.
 Student potrafi wyjaśnić czego dotyczy marketing oraz zna podstawowe pojęcia z zakresu tej tematyki.

Student potrafi scharakteryzować pojęcie *usługi turystycznej*.

Student potrafi przedstawić podstawowe instrumenty marketingu.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student zna specyfikę marketingu w usługach turystycznych.

EU 2 – Student potrafi scharakteryzować współczesne trendy w turystyce.

EU 3 – Student potrafi przeprowadzić segmentację rynku usług turystycznych.

EU 4 – Student potrafi przeprowadzić analizę otoczenia wybranej organizacji turystycznej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY	Liczba godzin
W 1- Organizacja zajęć. Podanie informacji dotyczących konsultacji. Wprowadzenie do przedmiotu oraz warunki zaliczenia.	1
W 2- Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z marketingiem usług turystycznych.	1
W 3- Podstawowe zagadnienia dotyczące usług. Koncepcje marketingu	1

usług.	
W 4 Segmentacja nabywców usług turystycznych. Zarys badań marketingowych.	1
W 5- Pozycjonowanie produktu turystycznego. Marka w turystyce.	1
W 6- Koncepcje marketingu mix w usługach turystycznych.	1
W 7- Produkt jako element marketingu mix w turystyce.	1
W 8- Cena jako element marketingu mix w turystyce.	1
W 9- Dystrybucja jako element marketingu mix w turystyce.	1
W 10- Promocja jako element marketingu mix w turystyce.	1
W 11- Personel jako element marketingu mix w turystyce .	1
W 12- Marketing partnerski. Marketing terytorialny.	1
W 13- Rynek usług turystycznych. Współczesne trendy na rynku turystycznym.	1
W 14- Współczesne zachowania nabywców usług turystycznych.	1
W 15- Podsumowanie zajęć.	1

Forma zajęć – ĆWICZENIA/LABORATORIA/PROJEKT/SEMINARIUM	Liczba godzin
C 1- Organizacja zajęć. Podanie informacji dotyczących konsultacji. Wprowadzenie do przedmiotu oraz warunki zaliczenia. Podział Studentów na podgrupy.	1
C 2- Szczegółowe omówienie projektu zaliczeniowego. Wybór tematu projektu.	1
C 3- Realizacja projektu badawczego cz. 1 Wprowadzenie do projektu.	1
C 4- Realizacja projektu badawczego cz. 2 Wprowadzenie do projektu.	1
C 5- Realizacja projektu badawczego cz. 3 Wprowadzenie do projektu.	1
C 6- Realizacja projektu badawczego cz. 4 Analiza SWOT.	1
C 7- Realizacja projektu badawczego cz. 5 Produkt.	1
C 8- Realizacja projektu badawczego cz. 6 Cena.	1
C 9- Realizacja projektu badawczego cz. 7 Dystrybucja.	1
C 10- Realizacja projektu badawczego cz. 8 Promocja.	1
C 11- Realizacja projektu badawczego cz. 9 Personel.	1
C 12- Zadanie dla Studentów do samodzielnego wykonania. Omówienie wyników.	1
C 13- Test zaliczeniowy.	1

C 14- Prezentacja projektów.	1
C 15- Prezentacja projektów i podsumowanie zajęć.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Artykuły z czasopism specjalistycznych
3. Sprzęt audiowizualny
4. Studia przypadków

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadania projektowe w grupach
P1. Ocena działań grupowych
P2. Sprawdzian pisemny

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	1,2
Udział w konsultacjach	4	0,16
Przygotowanie do ćwiczeń	5	0,2
Opracowanie pisemne	6	0,24
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	50	2,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Marketing w turystyce i rekreacji, pod red. A.Panasiuk, PWN, Warszawa 2013.
Uwarunkowania i perspektywy rozwoju przedsiębiorstw turystycznych pod red. E.Lipianin-Zontek, WATH, Bielso-Biała, 2015.
Ph. Kotler, Marketing 4.0: era cyfrowa, MT Business, 2017.

Literatura uzupełniająca:

- B.Goranczewski, A.Szeliga-Kowalczyk, Jakość usług turystycznych i rekreacyjnych: ujęcie holistyczne, CeDeWu, 2015.
K.Łazorko, Subprodukt rekreacyjno-sportowy w marketingu miejsc, Zeszyty Naukowe Problemy Usług, Inwersytet Szczeciński, 2011, s.367-380.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

- Dr inż. Katarzyna Łazorko, katarzyna.lazorko@wz.pcz.pl
Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanisiz agnieszka.widawska-stanisiz@wz.pcz.pl
Dr inż. Izabella Sowier-Kasprzyk, izabella.sowier-kasprzyk@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W11, K_U09, K_K02	C1	W1-W15 C1-C15	1,2,3,4	F1, P1, P2

EU 2	K_W06, K_W09, K_U01, K_K01	C1	W13-W14 C3-C5	1,2,3,4	F1, P1, P2
EU 3	K_W01, K_W05, K_U02, K_K02,	C1,C2	W4, C6	1,2,3,4	F1, P1, P2
EU 4	K_W03, K_W05, K_U04, K_U07, K_U09, K_K01	C2	W4, W13 C3-C6	1,2,3,4	F1, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna specyfiki marketingu w turystyce.	Student zna specyfikę marketingu w usługach turystycznych.	Student zna specyfikę marketingu w usługach turystycznych i potrafi wskazać przykłady.	Student zna specyfikę marketingu w usługach turystycznych i potrafi wskazać przykłady.
Efekt 2	Student nie zna współczesnych trendów w turystyce.	Student potrafi scharakteryzować niektóre trendy w turystyce.	Student potrafi wskazać trendy we współczesnej turystyce.	Student potrafi wskazać trendy we współczesnej turystyce i określić ich znaczenie dla marketingu.
Efekt 3	Student nie potrafi przeprowadzić segmentacji rynku usług turystycznych.	Student potrafi nakreślić ideii segmentacji rynku usług turystycznych.	Student potrafi przeprowadzić segmentację rynku usług turystycznych.	Student potrafi przeprowadzić wyczerpującą segmentację rynku usług turystycznych.
Efekt 4	Student nie potrafi przeprowadzić analizy otoczenia wybranej organizacji turystycznej.	Student potrafi zakwalifikować elementy otoczenia wybranej organizacji turystycznej.	Student potrafi przeprowadzić analizę otoczenia wybranej organizacji turystycznej.	Student potrafi przeprowadzić wyczerpującą analizę otoczenia wybranej organizacji turystycznej.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu (koło pokoju 314).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	PODSTAWY TURYSTYKI
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. 1. Przekazanie podstawowej wiedzy o turystyce i uporządkowanie terminologii stosowanej w naukach o turystyce i w praktyce turystycznej oraz historii turystyki w Polsce i na świecie.
C2. Wprowadzenie do podstawowych zagadnień z zakresu gospodarki turystycznej, struktury organizacyjnej turystyki oraz uwarunkowań aktywności turystycznej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza na temat geografii kraju i świata.
Wiedza z podstaw zarządzania oraz mikro- i makroekonomii.
Umiejętność przyswajania wiedzy, analizowania zjawisk i wyciągania właściwych wniosków.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Zna podstawowe procesy zachodzące w środowisku geograficznym (przyrodniczym) i wie jaką rolę odgrywa w nich człowiek. Zna podstawową terminologię stosowanych w turystyce pojęć.
EU 2 – Ma wiedzę na temat historii i rozwoju turystyki w kontekście różnych form turystyki i rekreacji oraz ich znaczenia dla życia człowieka.
EU 3 – Zna znaczenie i rolę turystyki w gospodarce kraju oraz ma podstawową wiedzę o strukturze organizacji turystyki i podmiotach działających na rynku turystycznym.
EU 4 – Posiada podstawową wiedzę na temat regionów i atrakcji turystycznych w kraju i na świecie.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1- Turystyka - ogólna charakterystyka zjawiska. Podstawowe pojęcia i definicje dotyczące turystyki. Terminologia UNWTO.	2
W 2- Zarys dziejów turystyki w Polsce i na świecie.	2
W 3- Prekursorzy turystyki. Pierwsze organizacje turystyczne w Polsce. Polskie Towarzystwo Krajoznawcze.	2
W 4- Rodzaje i formy turystyki. Kryteria podziału turystyki.	2

W 5- Motywy uprawiania turystyki. Typologia turystów. Kształtowanie człowieka przez turystykę.	2
W 6- Kształtowanie otoczenia człowieka przez turystykę. Elementy zagospodarowania turystycznego. Wpływ turystyki na ekologię.	2
W 7- Czynniki rozwoju współczesnej turystyki. Znaczenie rozwoju komunikacji w rozwoju turystyki.	2
W 8- Charakterystyka podstawowych form ruchu turystycznego. Turystyka indywidualna i masowa.	2
W 9- Turystyka niekonwencjonalna. Turystyka uzdrowiskowa. Turystyka religijna.	2
W 10- Krajowy i międzynarodowy ruch turystyczny, wielkość i przestrzenne zróżnicowanie – dane statystyczne.	2
W 11- Sezonowość w turystyce (analiza sezonowości w wybranych krajach i regionach Polski).	2
W 12- Funkcje i dysfunkcje turystyki dla turystów i mieszkańców miejscowości turystycznych.	2
W 13- Turystyka w gospodarce narodowej i regionalnej. Small business a turystyka.	1
W 14- Organizacja turystyki w Polsce i na świecie. Krajowe i międzynarodowe organizacje turystyczne. Główni organizatorzy i usługodawcy w branży turystycznej w Polsce i na świecie.	2
W 15- Elementy polityki turystycznej i zarządzania w turystyce. Stan i prognozowanie rozwoju turystyki w Polsce.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C 1- Omówienie sposobu prowadzenia zajęć. Kryteria oceny. Wyznaczenie studentów do roli moderatorów na poszczególne zajęcia. Omówienie głównych terminów z zakresu turystyki.	2
C 2- Przedstawienie atrakcji turystycznych w Polsce.	2
C 3- Przedstawienie atrakcji turystycznych na świecie.	2
C 4- Turystyka w różnych fazach cyklu życia człowieka i rodziny. Case study.	2
C 5- Motywy podejmowania podróży turystycznych. Case study.	2
C 6, 7- Turystyka krajowa – formy (piesza, autokarowa, rowerowa, kajakowa itd.).	4
C 8, 9- Turystyka międzynarodowa - rodzaje (wypoczynkowa, zdrowotna, edukacyjna, biznesowa itd.).	4
C 10- Czynniki wpływające na rozwój turystyki (szczególnie w kraju i regionie).	2
C 11- Rozwój turystyki a ekologia (i ekoturystyka) na świecie, w kraju i w regionie.	2
C 12- Ocena możliwości rozwoju biznesu związanego z turystyką.	2
C 13- Ocena i perspektywy rozwoju turystyki krajowej.	2
C 14- Ocena i perspektywy rozwoju turystyki w regionie (na Jurze Krakowsko-Częstochowskiej).	2
C 15- Podsumowanie zajęć. Wpisy ocen zaliczeniowych.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Książki, podręczniki, artykuły w specjalistycznych czasopismach, mapy
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej
5. Filmy, prezentacje zdjęciowe, materiały z zakresu turystyki

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ćwiczenia w grupach – aktywność na zajęciach
F2. Projekty przygotowywane w kilkusobowych zespołach, ocena aktywności na zajęciach (kreatywność, udział w dyskusji, trafność analizy i wniosków)
P1. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład i Ćwiczenia	60	2,4
Obecność na egzaminie		3	0,12
Obecność na konsultacjach		4	0,16
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		15	0,6
Przygotowanie do egzaminu		23	0,92
Przygotowanie się do ćwiczeń		20	0,8
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- G. Gołembski (red.), Kompendium wiedzy o turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009.
 W. Kurek (red.), Turystyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2012.
 P. Różycki, Zarys wiedzy o turystyce, Proksenia, Kraków, 2009.
 W.W. Gaworecki, Turystyka, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007.
 J. Czerwiński, Podstawy turystyki, WSB w Poznaniu, 2011.

Literatura uzupełniająca:

- Z. Kulczycki, Zarys historii turystyki w Polsce, Sport i Turystyka, Warszawa 1968.
 W. Alejziak, Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku, Albis, Kraków, 2000.
 Terminologia turystyczna. Zalecenia WTO, ONZ, Warszawa 1995.
 D. MacCannell, Turysta. Nowa era klasy próżniaczej, Wyd. Literackie MUZA SA, Warszawa 2002.
 W. Alejziak, T. Marciniak, Międzynarodowe organizacje turystyczne, Wyd. AIBis, Kraków 2003.
 L. Butowski, Organizacji turystyki w Polsce, APT Mart, Warszawa 1998.
 I. Sowier-Kasprzyk, A. Widawska-Stanis, Turystyka rowerowa szansą rozwoju na przykładzie wybranych gmin północnej części Jury Krakowsko-Częstochowskiej, Wyd. Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, Częstochowa 2008.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis, agnieszka.widawska-stanis@wz.pcz.pl
 Dr inż. Izabella Sowier-Kasprzyk, i.sowier-kasprzyk@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_W05, K_W10, K_U03, K_U02, K_U06, K_K01, K_K05	C1, C2,	W1, W2, W5, W6, C1, C4, C5, C10-C12, C15	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1
EU 2	K_W02, K_W03, K_W06, K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U07, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	W2-W4, W14, C1, C4, C5, C15	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1
EU 3	K_W01, K_W02, K_W03, K_W06, K_U01, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K06	C1, C2	W1, W6-W12, C6-C10, C15	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1

EU 4	K_W02, K_W06, K_W10 K_U01, K_U03, K_U04 K_U06, K_K01, K_K02,	C1, C2	W13-15, C2, C3, C13-C15	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1
------	--	--------	-------------------------------	---------------	---------------

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna podstawowych procesów zachodzące w środowisku geograficznym (przyrodniczym) i nie wie jaką rolę odgrywa w nich człowiek. Nie zna podstawowej terminologii stosowanych w turystyce pojęć.	Student w podstawowym zakresie zna podstawowe procesy zachodzące w środowisku geograficznym (przyrodniczym) i wie jaka rolę odgrywa w nich człowiek. Zna podstawową terminologię stosowanych w turystyce pojęć.	Student zna podstawowe procesy zachodzące w środowisku geograficznym (przyrodniczym) i wie jaka rolę odgrywa w nich człowiek. Zna podstawową terminologię stosowanych w turystyce pojęć.	Student zna i potrafi na przykładach omówić podstawowe procesy zachodzące w środowisku geograficznym (przyrodniczym) i wie jaka rolę odgrywa w nich człowiek. Zna podstawową terminologię stosowanych w turystyce pojęć.
Efekt 2	Student nie ma wiedzy na temat historii i rozwoju turystyki w kontekście różnych form turystyki i rekreacji oraz ich znaczenia dla życia człowieka.	Student ma podstawową wiedzę na temat historii i rozwoju turystyki w kontekście różnych form turystyki i rekreacji oraz ich znaczenia dla życia człowieka.	Student ma wiedzę na temat historii i rozwoju turystyki w kontekście różnych form turystyki i rekreacji oraz ich znaczenia dla życia człowieka.	Student ma wiedzę na temat historii i rozwoju turystyki w kontekście różnych form turystyki i rekreacji oraz ich znaczenia dla życia człowieka oraz potrafi posłużyć się przykładami.
Efekt 3	Student nie zna znaczenia i roli turystyki w gospodarce kraju, nie ma podstawowej wiedzy o strukturze organizacji turystyki i podmiotach działających na rynku turystycznym.	Student w stopniu podstawowym zna znaczenie i rolę turystyki w gospodarce kraju oraz ma podstawową wiedzę o strukturze organizacji turystyki i podmiotach działających na rynku turystycznym.	Student dobrze zna znaczenie i rolę turystyki w gospodarce kraju oraz ma podstawową wiedzę o strukturze organizacji turystyki i podmiotach działających na rynku turystycznym.	Student posiada dużą wiedzę na temat znaczenia i roli turystyki w gospodarce kraju oraz ma wiedzę o strukturze organizacji turystyki i podmiotach działających na rynku turystycznym.

Efekt 4	Student posiada nie posiada podstawowej wiedzy na temat regionów i atrakcji turystycznych w kraju i na świecie.	Student w ograniczonym zakresie posiada wiedzę na temat regionów i atrakcji turystycznych w kraju i na świecie.	Student posiada podstawową wiedzę na temat regionów i atrakcji turystycznych w kraju i na świecie.	Student posiada więcej niż podstawową wiedzę na temat regionów i atrakcji turystycznych w kraju i na świecie, posiadając się konkretnymi przykładami, proponując własne rozwiązania, stawiając tezy i w sposób kreatywny uczestniczyć w dyskusji.
---------	---	---	--	---

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	STATYSTYKA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Ekonometrii i Statystyki
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Marcin Zawada
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Zapoznanie studentów z teoretycznymi podstawami miar statystycznych, które są wykorzystywane do opisu struktury zbiorowości, analizy dynamiki zjawisk oraz analizy współzależności zjawisk o charakterze społeczno-ekonomicznym, a także wykształcenie umiejętności samodzielnego wyznaczania tychże mierników.

C2. Wykształcenie zdolności samodzielnej interpretacji oraz weryfikacji merytorycznej uzyskanych wyników obliczeń empirycznych stanowiących podstawę do przeprowadzenia analizy struktury zbiorowości generalnej, analizy dynamiki zjawisk oraz analizy współzależności zjawisk o charakterze społeczno-ekonomicznym.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student powinien znać podstawy analizy matematycznej.

Student powinien identyfikować i rozumieć podstawowe terminy z zakresu nauk społeczno-ekonomicznych i rynku usług turystycznych.

Student powinien planować procedury obliczeniowe oraz wykorzystywać zdobyte umiejętności pracy z różnymi pakietami obliczeniowymi.

Student powinien umieć organizować samodzielnie pracę z zachowaniem zasad logicznego wnioskowania.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi wszechstronnie ocenić strukturę badanego zjawiska z wykorzystaniem miar statystycznych i specjalistycznych pakietów programowych.

EU 2 – Student stosuje metody statystyczne do analizy współzależności zjawisk społeczno-ekonomicznych.

EU 3 – Student potrafi oszacować oraz zinterpretować statystyczne miary dynamiki zjawisk.

EU 4 – Student potrafi oszacować punktowo i przedziałowo podstawowe parametry rozkładu populacji generalnej oraz statystycznie zweryfikować wybrane hipotezy dotyczące wartości podstawowych parametrów rozkładu populacji generalnej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Istota i przedmiot statystyki oraz przedstawienie etapów badania statystycznego.	1
W 2- Podstawowe metody opisu struktury zbiorowości: miary tendencji centralnej, zmienności, asymetrii i koncentracji. Implementacja poznanych miar do analizy zagadnień z obszaru logistyki – rozwiązanie przykładowych zadań problemowych z wykorzystaniem programu Statistica i Excel.	2
W 3- Podstawy rachunku prawdopodobieństwa: zmienna losowa skokowa i ciągła, podstawowe parametry rozkładu zmiennej losowej, przykładowe rozkłady zmiennych losowych skokowych i ciągłych.	1
W 4- Elementy teorii estymacji: pojęcie i własności estymatora, estymacja punktowa oraz przedziałowa wartości oczekiwanej i wariancji w populacji generalnej. Zagadnienie minimalnej liczebności próby statystycznej. Przykłady konstrukcji przedziałów ufności z wykorzystaniem programu Statistica i Excel.	2
W 5- Ogólne pojęcia i zasady budowy testów statystycznych. Parametryczne testy istotności dla wartości oczekiwanej i wariancji zbiorowości generalnej. Zastosowanie programu Statistica i Excel w procedurze weryfikacji hipotez dotyczących poziomu wartości oczekiwanej i wariancji w zbiorowości statystycznej.	2
W 6- Statystyczne metody badania współzależności zjawisk społeczno-ekonomicznych: analiza regresji, współczynnik korelacji liniowej Pearsona, współczynnik korelacji rang Spearmana. Implementacja poznanych narzędzi statystycznych do analizy zagadnień z obszaru logistyki – rozwiązanie przykładowych zadań problemowych z wykorzystaniem programu Statistica i Excel.	2
W 7- Analiza zależności cech niemierzalnych z wykorzystaniem miar bazujących na statystyce chi-kwadrat.	1
W 8- Dekompozycja szeregów czasowych z wyodrębnieniem tendencji rozwojowej, wahań okresowych i przypadkowych. Zastosowanie programu Statistica i Excel do wyznaczania składowych ekonomicznych szeregów czasowych.	2
W 9- Miary indeksowe w analizie zjawisk społeczno-ekonomicznych. Implementacja poznanych mierników dynamiki zjawisk do analizy zagadnień z obszaru logistyki – rozwiązanie przykładowych zadań problemowych z wykorzystaniem programu Statistica i Excel.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
Ćw 1- Miary tendencji centralnej, zmienności i asymetrii – algorytmy obliczeniowe oraz interpretacja otrzymanych wyników.	2
Ćw 2- Kompleksowa analiza struktury zbiorowości statystycznej z wykorzystaniem poznanych miar i specjalistycznych pakietów komputerowych.	1
Ćw 3- Wyznaczanie oraz interpretacja przedziałów ufności przy szacowaniu wartości średniej oraz wariancji w zbiorowości generalnej. Sprawdzanie własności estymatorów wykorzystywanych przy konstrukcji przedziałów ufności.	2
Ćw 4- Weryfikacja hipotez dotyczących kształtowania się wartości średniej oraz wariancji dla zmiennej losowej w populacji generalnej- wykorzystanie podstawowych parametrycznych testów istotności.	2
Ćw 5 - Kolokwium weryfikujące efekty kształcenia w zakresie identyfikacji, oszacowania i interpretacji poznanych miar statystycznych oraz elementów wnioskowania statystycznego.	1
Ćw 6- Metody rozpoznawania typów zależności między zmiennymi - sporządzanie wykresów korelacyjnych. Wykorzystanie współczynnika korelacji liniowej Pearsona do oceny siły i kierunku liniowego związku korelacyjnego. Analiza współzależności z wykorzystaniem funkcji regresji. Pomiar współzależności pomiędzy cechami niemierzalnymi – współczynnik rang Spearmana oraz miary wykorzystujące statystykę chi-kwadrat.	2

Ćw 7 - Przygotowanie projektu dotyczącego analizy korelacyjnej dla zmiennych o charakterze ekonomiczno-społecznym z zastosowaniem programu Statistica i Excel.	1
Ćw 8 - Funkcja trendu, wskaźniki okresowe i przypadkowe w analizie szeregów czasowych. Wdrażanie wiedzy z zakresu analizy szeregów czasowych do oceny dynamiki rzeczywistych zjawisk ekonomiczno-społecznych z wykorzystaniem pakietów komputerowych.	2
Ćw 9- Ocena dynamiki zjawisk z wykorzystaniem przyrostów absolutnych, względnych i indeksów indywidualnych. Indeksy agregatowe dla wielkości absolutnych.	1
Ćw 10- Kolokwium diagnozujące wiedzę i umiejętności studenta w obszarze analizy dynamiki oraz współzależności zjawisk społeczno-gospodarczych.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Tablica, kreda
2. Komputery i rzutnik multimedialny
3. Oprogramowanie: *Statistica*, *Excel*
4. Książki, Roczniki Statystyczne, bazy danych

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Bieżąca ocena aktywności studenta.
 F2. Ocena kreatywności w pracach zespołowych.
 F3. Kolokwia sprawdzające efekty nauczania na poszczególnych etapach kształcenia.
 P1. Kompleksowa ocena pracy studentów w całym semestrze z uwzględnieniem ocen cząstkowych.

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład i Ćwiczenia	45	1,8
Udział w konsultacjach		5	0,2
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		5	0,2
Przygotowanie się do ćwiczeń		5	0,2
Projekt badania statystycznego związanego z turystyką		15	0,6
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Suchecka J., *Metody statystyczne: zarys teorii i zadania*, Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Wydanie II, Częstochowa, 2003.
 Sobczyk M., *Statystyka*, PWN, Warszawa 2016.
 Kasyk-Rokicka H. (red.) *Statystyka. Zbiór zadań*, PWE, Warszawa 2011.

Literatura uzupełniająca:

- Piłatowska M., *Repetytorium ze statystyki*, PWE, Warszawa 2006.
 Luszniwicz A., Słaby T., *Statystyka z pakietem komputerowym STATISTICA.PL. Teoria i praktyka*. Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa, 2008.
 Ostasiewicz S., Rusnak Z., Siedlecka U., *Statystyka. Elementy teorii i zadania*, Wydawnictwo AE im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2011.
 Szajt, M., & Zawada, M. (2018). Development of Tourist Traffic in the Regions of the European Union in 2000–2015—A Spatial and Temporal Analysis. *Folia Oeconomica Stetinensia*, 18(1), 82-92.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Marcin Zawada, marcin.zawada@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W05, K_U03, K_U04, K_U07	C1,C2,	W2, Ćw1, Ćw2	1,2,3,4	F1, F2, F3, P1
EU 2	K_W05, K_U03, K_U04, K_U07	C1,C2	W6, W7, Ćw6, Ćw7	1,2,3,4	F1, F2, F3, P1
EU 3	K_W05, K_U03, K_U04, K_U07	C1,C2	W8, W9, Ćw8, Ćw9	1,2,3,4	F1, F2, F3, P1
EU 4	K_W05, K_U03, K_U04, K_U07	C2	W3, W4, W5, Ćw3, Ćw4	1,2,3,4	F1, F3, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi wyznaczać miar opisu struktury zbiorowości ani nie zna interpretacji poszczególnych mierników.	Student poprawnie wyznacza miary opisu struktury zbiorowości i potrafi podać interpretację niektórych mierników.	Student poprawnie wyznacza miary opisu struktury zbiorowości i w sposób właściwy je interpretuje	Student poprawnie wyznacza miary opisu struktury zbiorowości i w sposób właściwy je interpretuje. Samodzielnie identyfikuje narzędzia statystyczne z jednoczesnym uzasadnieniem wyboru niektórych z nich do rozwiązania konkretnego problemu.
Efekt 2	Student nie potrafi wyznaczać miar współzależności zjawisk społeczno-ekonomicznych.	Student potrafi wyznaczać miary współzależności zjawisk społeczno-ekonomicznych i potrafi podać interpretację niektórych mierników.	Student potrafi wyznaczać miary współzależności zjawisk społeczno-ekonomicznych i poprawnie je interpretuje.	Student potrafi wyznaczać miary współzależności zjawisk społeczno-ekonomicznych i poprawnie je interpretuje. Potrafi porównywać efektywność wykorzystywanych narzędzi statystycznych.
Efekt 3	Student nie potrafi wyznaczać miar dynamiki zjawisk społeczno-ekonomicznych.	Student poprawnie wyznacza miary dynamiki zjawisk społeczno-ekonomicznych i potrafi podać interpretację niektórych mierników.	Student poprawnie wyznacza miary dynamiki zjawisk i w sposób właściwy je interpretuje.	Student poprawnie wyznacza miary dynamiki i w sposób właściwy je interpretuje. Kreatywnie wdraża narzędzia statystyczne z jednoczesnym uzasadnieniem ich wyboru do oceny dynamiki zjawisk ekonomicznych.

Efekt 4	Student nie potrafi oszacować punktowo i przedziałowo żadnego parametru populacji generalnej. Nie zna etapów procedury weryfikującej hipotezy statystyczne.	Student poprawnie wyznacza przedziały ufności dla wybranego parametru rozkładu populacji generalnej. Potrafi przeprowadzić niektóre parametryczne testy istotności.	Student poprawnie szacuje punktowo i przedziałowo parametry rozkładu populacji generalnej oraz w sposób właściwy je interpretuje. Student potrafi zweryfikować wybrane hipotezy dotyczące wartości podstawowych parametrów rozkładu populacji generalnej.	Student poprawnie szacuje punktowo i przedziałowo parametry rozkładu populacji generalnej oraz w sposób właściwy je interpretuje. Potrafi zweryfikować wybrane hipotezy dotyczące wartości podstawowych parametrów rozkładu populacji generalnej. Kreatywnie wdraża metody wnioskowania statystycznego przy prezentacji wyników badań statystycznych, zwłaszcza z obszaru logistyki. Przeprowadza merytoryczną dyskusję możliwych rozwiązań.
---------	---	---	---	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Prezentacje wykładów oraz zadania i materiały w postaci elektronicznej dostarczane są bezpośrednio do starostów grup po uprzednim kontakcie mailowym z prowadzącym.

Zajęcia odbywają się w salach wskazanych w planie dla kierunku zamieszczonym na stronie internetowej Wydziału.

Zajęcia odbywają się w godzinach i dniach wskazanych w planie dla kierunku zamieszczonym na stronie internetowej Wydziału.

Konsultacje odbywają się w pokoju 101 według harmonogramu zamieszczonego na stronie internetowej Wydziału, informacji zawartych obok drzwi pokoju i w gablocie informacyjnej Katedry Ekonometrii i Statystyki w DS4.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	WYCHOWANIE FIZYCZNE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Studium Wychowania Fizycznego i Sportu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Mgr Maciej Żyła
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia ogólnego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	0

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
-	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Kształtowanie ładnej sylwetki ciała przez wzmocnienie mięśni brzucha, dolnej części mięśni grzbietu i pośladków.

C2. Korekta wad postawy.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Brak przeciwwskazań do uczestnictwa w zajęciach wychowania fizycznego.

Zachowanie bezpieczeństwa i higieny. Umiejętność korzystania z urządzeń i przyborów.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Podwyższenie poziomu zdolności kondycyjnych i koordynacyjnych.

EU 2 – Umiejętność współdziałania w grupie.

EU 3 – Poprawa stanu zdrowia.

EU 4 – Kształtowanie postawy świadomego uczestnictwa w różnych formach aktywności ruchowej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
C1. Zajęcia organizacyjno-rekrutacyjne do grup.	2
C2. Podstawowe ćwiczenia wzmacniające „obręcz siły” czyli mięśnie brzucha, pośladków i najszerze mięśnie grzbietu. Wprowadzenie do ćwiczeń w technice Pilates.	2
C3. Ćwiczenia mięśni najszerzych grzbietu i tułowia – technika wykonywania tych ćwiczeń i nauka prawidłowego oddychania. Ćwiczenia rozciągająco rozluźniające.	2
C4. Ramiona i górna część ciała – wzmacnianie i rozciąganie oraz umiejętność rozluźniania górnej części ciała.	2
C5. Ćwiczenia Pilates – wejście w poziom pierwszy – ćwiczenia wzmacniające mięśnie pleców i brzucha.	2
C6. Wzmacnianie „obręczy środkowej” poprzez precyzyjny dobór ćwiczeń – kontynuacja poziomu pierwszego.	2
C7. Wzmacnianie i rozciąganie nóg – od pośladków do stóp. Kontrola nad dbałością	2

utrzymywania właściwego układu ciała – poziom pierwszy.	
C8. Wzmacniające ćwiczenia ramion. Rozluźnienie wszystkich mięśni „obręczy środkowej” – poziom pierwszy.	2
C9. Wprowadzenie w poziom drugi ćwiczeń Pilates poprzez rozbudowanie ćwiczeń pochodzących z poziomu pierwszego.	2
C10. Rozluźnianie górnej części ciała i jednocześnie rozciąganie przy użyciu piłki fit ball. Uruchamianie okolicy krzyżowej – poziom drugi.	2
C11. Wzmacnianie „obręczy środkowej” i nóg przy użyciu ciężarków – poziom drugi.	2
C12. Wzmacnianie ramion i pleców przy użyciu przyborów – kije, ciężarki.	2
C13. Poziom trzeci Pilates – kontynuowanie wzmacniania mięśni zwłaszcza „obręczy środkowej”. Skoordynowanie ruchów w bardziej skomplikowanych ćwiczeniach.	2
C14. Zastosowanie zaawansowanych ćwiczeń na mięśnie brzucha i nóg pochodzące z poziomu trzeciego.	2
C15. Obwód ćwiczebny na mięśnie brzucha, uch i pośladków oraz mięśni grzbietu w oparciu o zastosowanie utrudnionych kombinacji ćwiczeń zaczerpniętych z wszystkich trzech poziomów technik Pilates (zastosowanie różnych przyborów i przyrządów).	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Piłki fit ball
2. Hantle: 0,5 kg, 1 kg, 1,5 kg, 2 kg
3. Obciążniki do stóp
4. Taśmy elastyczne
5. Skakanki
6. Hoola hopy

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena zaangażowania w trakcie zajęć
 F2. Ocena aktywności podczas zajęć
 P1. Zaliczenie na podstawie frekwencji na zajęciach
 P2. Zaliczenie na podstawie aktywności na zajęciach

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Mgr Agnieszka Krzyszkowska, agnieszka.krzyszkowska@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2,	C1, C2,C3,	1-6	F1, F2, P1, P2
EU 2	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1	C1, C6	1-6	F1, F2, P1, P2
EU 3	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1	C2-C15	1-6	F1, F2, P1, P2
EU 4	K_W04, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2,	C2-C15	1-6	F1, F2, P1, P2

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Studium Wychowania Fizycznego i Sportu P.Cz.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	FIZJOLOGIA CZŁOWIEKA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Innowacji i Zarządzania Bezpieczeństwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Prof. dr hab. Maria Radziejowska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	6

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z elementarnymi zasadami funkcjonowania organizmu i zmian adaptacyjnych związanych z wiekiem i środowiskiem.
- C2. Zapoznanie studentów z możliwością wykorzystania wiedzy z fizjologii człowieka do oceny zdolności uczestnictwa potencjalnego klienta w różnych wysiłkach fizycznych związanych z turystyką i sportem.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Wiedza z biologii w zakresie szkoły średniej ogólnokształcącej.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi scharakteryzować różnice w budowie i funkcji mięśni, zna teorię ślizgową skurczu i sposoby pozyskiwania energii dla mięśni.
- EU 2 – Student zna budowę i podział układu nerwowego w ujęciu anatomicznym czynnościowym i jego nadrzędną rolę nad układem ruchu i podstawowymi czynnościami organizmu.
- EU 3 – Student opisuje cykl pracy serca, mały i duży obieg, zna skład i funkcje krwi.
- EU 4 – Student zna mechanikę oddychania i podstawy wymiany gazowej w płucach.
- EU 5 – Student charakteryzuje zmiany w układach mięśniowym, krążenia i oddechowym oraz pokarmowym dla różnych typów wysiłków.
- EU 6 – Student opisuje zmiany adaptacyjne organizmu człowieka dla zdolności wysiłkowej związanej z wiekiem i w różnych środowiskach.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W-1 Wprowadzenie do przedmiotu – sprawy organizacyjne. Struktura komórki. Struktura błony komórkowej. Transport błonowy. Kanały jonowe. Przekazywanie informacji między komórkami. Cykl komórkowy.	2
W-2 Podział i rola układu nerwowego. Neurony i komórki gładkie - morfologia i rola.	2
W-3 Elektrofizjologia neuronu. Pobudliwość i pobudzenie. Potencjał spoczynkowy.	2

Potencjał czynnościowy. Przewodzenie sygnału w aksonach. Przekazywanie synaptyczne. Neurotransmitery. Kod nerwowy.	
W-4 Receptory i czucie. Kodowanie informacji czuciowej. Receptory skórne. Receptory mięśniowe: wrzeciona mięśniowe i receptory ścięgniste Golgiego. Wzrok. Słuch. Receptor równowagi. Węch. Smak.	1
W-5 Łuk odruchowy. Odruchy rdzeniowe. Rola odruchów. Lokomocja. Programowanie ruchów dowolnych.	1
W-6 Układ nerwowy autonomiczny: współczulny, przywspółczulny i enteryczny.	1
W-7 Mięsień sercowy. Fizjologia skurczu. Cykl pracy serca. Metody oceny pracy serca (EKG, echokardiografia).	2
W-8 Mechanika krążenia. Typy i rola naczyń krwionośnych. Zasady regulacji ciśnienia krwi w organizmie. Układ limfatyczny.	2
W-9 Oddychanie. Cykl oddechowy. Mięśnie oddechowe. Spirogram. Wymiana gazowa w płucach i tkankach. Kompleks oddechowy pnia mózgu i regulacja oddychania. Niedotlenienie i jego skutki.	3
W-10 Składniki i rola krwi. Eryocyty. Rola hemoglobiny. Układ białokrwinkowy. Rola śledziony. Hemostaza.	2
W-11 Układ pokarmowy. Motoryka przewodu pokarmowego. Trawienie i wchłanianie. Enzymy trawienne – wydzielanie i rola. Układ nerwowy enteryczny. Rola wątroby.	2
W-12 Układ wydzielania wewnętrznego. Mechanizmy komórkowe działania hormonów. Podwzgórze i przysadka mózgowa. Hormony tropowe. Gruczoły dokrewne, wydzielane przez nie hormony i ich rola.	2
W-13 Fizjologia kości. Fizjologiczna przebudowa kości. Osteoporoza.	2
W-14 Fizjologia nerek. Budowa i funkcje nefronu. Zasady filtracji, wchłaniania i zagęszczania moczu. Regulacja czynności nerek.	1
W-15 Homeostaza. Izotermia, izojonia, izoosmia. Zasady regulacji gospodarki wodnej i kwasowo-zasadowej organizmu. Zasady termoregulacji.	1
W-16 Składniki pożywienia i metabolizm substratów energetycznych. Podstawowa przemiana materii. Procesy kataboliczne i anaboliczne w organizmie.	1
W-17 Stres. Mechanizmy i następstwa stresu.	1
W-18 Wydolność fizyczna. Zmęczenie. Wysiłek fizyczny a wiek. Fizjologiczne następstwa bezczynności ruchowej i długotrwałego pozostawania w pozycji leżącej.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C-1 Transport błonowy bierny i czynny.	1
C-2 Podział i rola układu nerwowego. Rodzaje receptorów, klasyfikacja odruchów, łuk odruchowy. Badanie wybranych odruchów u człowieka: odruch kolanowy, odruch rogówkowy.	2
C-3 Specjalizacja półkul mózgowych, ośrodki ruchowe i czuciowe kory, mechanizmy sterowania ruchami dowolnymi. Budowa i funkcje układu autonomicznego. Praktyczne ćwiczenie Ocena sprawności psychomotorycznej na podstawie czasu reagowania oraz ilości poprawnych i błędnych reakcji przy użyciu miernika reakcji.	2
C-4 Właściwości mięśnia sercowego, cykl pracy serca. Dyskusja dydaktyczna – wskaźniki sprawności serca (częstość skurczów serca, objętość wyrzutowa, pojemność minutowa serca). Pomiar tętna spoczynkowego.	2
C-5 Duży i mały obieg krwi. Rodzaje i funkcje naczyń krwionośnych. Ciśnienie tętnicze. Regulacja układu krążenia, czynniki wpływające na wielkość ciśnienia tętniczego, Pomiar ciśnienia tętniczego krwi — metoda osłuchowa.	2
C-6 Budowa układu oddechowego i jego podstawowe funkcje. Mechanika oddychania, wydolność układu oddechowego płuc. Nerwowa i chemiczna regulacja oddychania. Wykonanie spirometrii spoczynkowej i powysiłkowej.	2
C-7 Skład i funkcje krwi. Właściwości i funkcje składników upostaciowanych krwi. Główne składniki osocza krwi i ich rola. Transport gazów oddechowych przez krew. Analiza norm wybranych wskaźników układu erytrocytowego, charakterystyka właściwości i składu	2

osocza krwi. Hematopoeza, hoemostaza.	
C-8 Ogólna charakterystyka mięśni. Budowa komórki mięśniowej, sarkomer. Mechanizm i rodzaje skurczów mięśniowych (izotoniczny, izometryczny). Dyskusja dydaktyczna — analizowanie elastyczności i sprężystości mięśni i zależności siły skurczu od siły bodźca.	2
C-9 Źródła energii dla skurczu komórek mięśniowych, rodzaje włókien mięśniowych. Dyskusja dydaktyczna — czynniki determinujące siłę mięśniową.	1
C-10 Fizjologiczna klasyfikacja wysiłków fizycznych. Pobór tlenu podczas wysiłków fizycznych. Pojęcie równowagi czynnościowej, deficytu i długu tlenowego. Energetyka wysiłków fizycznych. Obliczanie kosztu energetycznego wysiłku dynamicznego. Analiza wielkości wydatku energetycznego podczas różnych czynności ruchowych.	2
C-11 – Reakcje układu krążenia i oddychania na dynamiczne wysiłki fizyczne. Charakterystyka czynności ustroju podczas wysiłków statycznych. Badanie adaptacji do wysiłku szybkościowego i siłowego.	2
C-12 Zmiany zdolności wysiłkowej w zależności od wieku i płci. Określenie kondycji fizycznej, oraz wydolności układu krążenia na podstawie testów wysiłkowych, test Ruffiera, próba Harvardzka.	2
C-13 Pojęcie i klasyfikacja zmian zmęczeniowych. Przyczyny i objawy zmęczenia. Powysiłkowa restytucja czynności układu krążenia i oddychania. Spłata długu tlenowego. Odczucie ciężkości wysiłków fizycznych. Ocena subiektywnej ciężkości wysiłku — skala Borga. Określenie zmian częstości skurczów serca oraz ciśnienia tętniczego krwi w okresie restytucji powysiłkowej, reakcja normalna i patologiczna	2
C-14 Pobyty w górach. Choroba wysokogórska. Obrzęk mózgu i płuc wysokogórski. Efekty adaptacji krótkoterminowej i długoterminowej do obniżonego stężenia tlenu w powietrzu. Sztuczne zamienniki klimatu górskiego w treningach sportowców wyczynowych.	2
C 15 Drogi i sposoby wymiany ciepła pomiędzy środowiskiem a organizmem człowieka. Termoregulacja — adaptacja ustroju do zmian temperatury środowiska zewnętrznego. Pomiar temperatury wewnętrznej i temperatury różnych okolic skóry. Określenie reakcji ustroju na lokalnie działający czynnik termiczny: analiza częstości skurczów serca podczas zanurzania twarzy lub ręki do zimnej wody.	1
C 16 – Zaliczenie na ocenę.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Spirometr
3. Ciśnieniomierz
4. Stetoskop
5. Stoper
6. Kamera termowizyjna

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Dyskusja dydaktyczna
- F2. Ocena aktywności na ćwiczeniach. Opracowanie i przedstawienie prezentacji multimedialnej na zadany temat przez prowadzącego
- P1. Sprawdzenie zaliczeniowy pisemny
- P2. Egzamin pisemny – testy prostego i złożonego wyboru

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład	30	1,2
Udział w egzaminie		2	0,08
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Ćwiczenia	30	1,2
	Konsultacje	4	0,16
Przygotowanie do kolokwium z ćwiczeń (poza zajęciami)		30	1,2
Przygotowanie projektu (prezentacja multimedialna) na zadany temat przez prowadzącego		24	0,96
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu		30	1,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		150	6,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Górski. J., Fizjologiczne podstawy wysiłku fizycznego, PZWL, W-wa, 2001, 2006.

Traczyk W.Z i Trzebski A., Fizjologia człowieka z elementami fizjologii stosowanej i klinicznej PZWL 2001.

Silbemağl.S., Despououlos, A., Ilustrowana fizjologia człowieka, PZWL,W-wa, 2007.

Literatura uzupełniająca:

Gieremek K. Zmęczenie i wypoczynek. Odnowa biologiczna. AWF Katowice, 2000.

Dobrzański T.: Medycyna wychowania fizycznego i sportu. Wyd. Sport i Turystyka, Warszawa 1989.

Arthur C. Guyton Textbook of Medical Physiology / A.C. Guyton & J.E. Hall - 11-th ed., Elsevier, 2006 (w języku angielskim).

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Prof. dr hab Maria Radziejowska; maria.radziejowska@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W10, K_U01, K_U06, K_U08, K_K02	C1, C2	W1-W15, Cw2-Cw13	1-5	F1, P1, P2
EU 2	K_W02, K_U06, K_U08, K_K02	C1, C2	W1-W15, Cw2-Cw13	1-5	F1, P1, P2
EU 3	K_W02, K_U06, K_U08, K_K02	C1, C2	W1-W15, Cw2-Cw13	1-5	F1, P1, P2
EU 4	K_W02, K_U06, K_U08, K_K02	C1, C2	W1-W15, Cw2-Cw13	1-6	F1, P1, P2
EU 5	K_W02, K_U06, K_U08, K_K02	C1, C2	W1-W15, Cw2-Cw13	1-6	F1, P1, P2
EU 6	K_W02, K_U06, K_U08, K_K02	C1, C2	W1-W15, Cw2-Cw13	1-6	F1, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie posiada wiedzy na temat budowy i funkcji mięśni.	Student potrafi scharakteryzować różnice w budowie i funkcji mięśni.	Student potrafi scharakteryzować różnice w budowie i funkcji mięśni zna teorię ślizgową skurczu.	Student potrafi scharakteryzować różnice w budowie i funkcji mięśni zna teorię ślizgową skurczu i sposoby pozyskiwania energii dla mięśni.
Efekt 2	Student nie zna budowy i podziału układu nerwowego w ujęciu anatomicznym i czynnościowym.	Student zna budowę i podział układu nerwowego w ujęciu anatomicznym i czynnościowym.	Student ma budowę i podział układu nerwowego w ujęciu anatomicznym i czynnościowym i jego nadrzędną kontrolę nad układem ruchu.	Student zna budowę i podział układu nerwowego w ujęciu anatomicznym i czynnościowym i jego nadrzędną kontrolę nad układem ruchu i podstawowymi czynnościami organizmu
Efekt 3	Student nie opisuje cyklu pracy serca, nie zna składu i roli krwi.	Student opisuje cykl pracy serca, obieg krwi i skład krwi w stopniu podstawowym.	Student opisuje cykl pracy serca, mały i duży obieg krwi, zna skład i rolę krwi.	Student opisuje cykl pracy serca, mały i duży obieg krwi zna skład i rolę krwi oraz budowę i rolę elementów morfotycznych.
Efekt 4	Student nie zna mechaniki oddychania i podstawy wymiany gazowej w płucach.	Student zna budowę i mechanikę oddychania układu oddechowego w stopniu podstawowym.	Student zna budowę i mechanikę oddychania układu oddechowego.	Student zna budowę i mechanikę oddychania układu oddechowego i podstawy wymiany gazowej.
Efekt 5	Student nie potrafi scharakteryzować zmian w układach mięśniowym oddechowym i krążenia dla różnych wysiłków.	Student potrafi scharakteryzować zmian w układach mięśniowym, dla różnych wysiłków.	Student potrafi scharakteryzować zmian w układach mięśniowym, oddechowym i krążenia oraz pokarmowym dla jednego rodzaju wysiłku.	Student potrafi scharakteryzować zmian w układach mięśniowym, oddechowym i krążenia oraz pokarmowym dla różnych wysiłków.
Efekt 6	Student nie opisuje zmian adaptacyjnych organizmu dla zdolności wysiłkowej związanej z wiekiem i w różnych zmiennych środowiskach.	Student nie opisuje zmian adaptacyjnych organizmu dla zdolności wysiłkowej związanej z wiekiem i w różnych zmiennych środowiskach.	Student analizuje zmiany adaptacyjne organizmu dla zdolności wysiłkowej w różnych zmiennych środowiskach.	Student analizuje zmiany adaptacyjne organizmu dla zdolności wysiłkowej związanej z wiekiem i w różnych zmiennych środowiskach.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Innowacji i Zarządzania Bezpieczeństwem.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	GEOGRAFIA TURYSTYCZNA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr hab. Piotr Pachura, prof. PCz
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Omówienie problematyki z zakresu specyfiki geografii turystycznej.
 C2. Przekazanie wiedzy dotyczącej metod oceny przydatności środowiska geograficznego dla potrzeb turystyki.
 C3. Przedstawienie istoty i znaczenia problematyki regionalizacji turystycznej w Polsce i na świecie - wykorzystanie mapy jako źródła informacji turystycznej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student ma podstawową wiedzę na temat elementów środowiska geograficznego wybranych obszarów Polski i Europy.

Student posiada wiedzę o przestrzeni geograficznej na poziomie krajowym i globalnym.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student ma podstawową wiedzę na temat zróżnicowania stanów i trendów występujących na rynkach turystycznych kraju i świata.

EU 2 – Student ma podstawową wiedzę o mechanizmie i znaczeniu kulturotwórczej działalności człowieka.

EU 3 – Student ma wiedzę na temat uwarunkowań przebiegu procesów zachodzących w środowisku geograficznym i na współczesnych rynkach turystycznych.

EU 4 – Student posiada umiejętność rozumienia, analizowania i oceny zjawisk społeczno-ekonomicznych w obszarze gospodarki turystycznej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W1; W2 -Wprowadzenie do przedmiotu. Geografia turystyczna w systemie nauk geograficznych. Podstawowe pojęcia i klasyfikacje, zagadnienia rozwoju turystyki w ujęciu geograficznym.	4
W3 - Charakterystyka warunków przyrodniczych i kulturowych oraz atrakcji turystycznych wybranych krajów europejskich. Przykłady.	2

W4 - Charakterystyka warunków przyrodniczych i kulturowych oraz atrakcji turystycznych wybranych krajów azjatyckich. Przykłady.	2
W5 - Charakterystyka warunków przyrodniczych i kulturowych oraz atrakcji turystycznych wybranych krajów afrykańskich. Przykłady.	2
W6; W7 - Charakterystyka warunków przyrodniczych i kulturowych oraz atrakcji turystycznych wybranych krajów Ameryki Północnej i Południowej. Przykłady.	4
W8 - Charakterystyka warunków przyrodniczych i kulturowych oraz atrakcji turystycznych obszarów wysp pacyficznych i rejonów polarnych. Przykłady.	2
W9 - Charakterystyka warunków przyrodniczych i kulturowych oraz atrakcji turystycznych regionów Polski. Przykłady.	2
W10; W11; W12; W13, W14, W15 - Znaczenie funkcji turystycznej w rozwoju społeczno-gospodarczym regionów i krajów. Formy ruchu turystycznego oraz ochrona walorów turystycznych. Globalizacja – deglobalizacja turystyki.	12
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1 - Zajęcia wprowadzające – Geografia turystyki w systemie nauk geograficznych. Rozwój turystyki, terminologia turystyczna. Wybrane funkcje i dysfunkcje turystyki.	2
C2, C3 - Region turystyczny, rodzaje. Światowa Organizacja Turystyki. Regiony turystyczne świata i ich atrakcyjność turystyczna.	4
C4, C5 - Regiony turystyczne Europy. Znaczenie turystyki w UE.	4
C6 - Turystyka na kontynencie Afryki. Atrakcyjność turystyczna regionów turystycznych Afryki.	2
C7 - Przestrzeń turystyczna Ameryki Północnej i Środkowej.	2
C8 - Czynniki decydujące o atrakcyjności turystycznej regionów turystycznych Ameryki Południowej.	2
C9 - Regiony turystyczne Azji.	2
C10 - Udział Australii i Oceanii w ruchu turystycznym. Turystyka w rejonach Polarnych.	2
C11, C12 - Regiony turystyczne Polski - walory i atrakcje turystyczne.	5
C13, C14 - Analiza krajowego ruchu turystycznego. Studium przypadku - regiony turystyczne Polski – rozmieszczenie walorów turystycznych, realizowane formy turystyki, szlaki turystyki, perspektywy rozwoju.	4
C15 - Kolokwium sprawdzające.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Strony internetowe
4. Filmy

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Studia przypadków.
F2. Quizy
P1. Egzamin w formie eseju problemowego.

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	60	2,4
Przygotowanie do egzaminu		20	0,8
Egzamin		3	0,12
Przygotowanie do ćwiczeń		20	0,8

Zapoznanie się ze wskazaną literaturą	12	0,48
Obecność na konsultacjach	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Bajdor P., Grabara J., Turystyka zrównoważona - przegląd literatury i charakterystyka, [w:] Regionalne i lokalne strategie rozwoju turystyki. Materiały i studia. Red. nauk. Stefan Nowak, Akademia Wychowania Fizycznego w Katowicach, 2012.

Dyjak R., Turystyka a etyka i religia, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania w Częstochowie, 2002.

Gworys S. Turystyka i możliwości wychowania interkulturowego, w: Edukacja dla interkulturowości. Red. Stanisław Kaczor, Teresa Z. Sarleja, Instytut Technologii Eksploatacji, Radom, 2009.

Szlenik J., Turystyka osób niepełnosprawnych ruchowo jako przykład przedsiębiorczości organizacyjnej biur podróży w Częstochowie, [w:] Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. T.2 (red.) Łukasik Katarzyna, Nowodziński Paweł, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2016.

Literatura uzupełniająca:

Ociepa Kubicka A. Pachura P., Tourism as an Economic Activity Form in Commune Olsztyn, Poland, Acta Facultatis Studiorum Humanitatis et Naturae Universitas Presoviensis, 57, 2, 2015.

Łazorko K., Wykorzystanie nordic walkingu w kształtowaniu pozycji konkurencyjnej gminy - przykład Olsztyna koło Częstochowy, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, 168, 2011.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr hab. Piotr Pachura, Prof. P.Cz; piotr.pachura@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_U03, K_K02	C1, C2	W1, W2, W5, C1-C5	1, 2, 3, 4	F1, F2, P1
EU 2	K_W03, K_U03, K_K02	C2, C3	W3, W4, W8, W15	1, 2, 3, 4	F1, F2, P1
EU 3	K_W10, K_U09, K_K02	C1,C2	W3, W4, W7, C3-C14	1, 2, 3, 4	F1, F2, P1
EU 4	K_W10, K_U09, K_K02	C2, C3	W2, W5, W9-W15,C2-C15	1, 2, 3, 4	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie ma podstawowej wiedzy na temat zróżnicowania stanów i trendów występujących na	Student potrafi określić podstawowe zagadnienia z zakresu trendów występujących na rynkach	Student ma wiedzę na temat zróżnicowania stanów i trendów występujących na rynkach	Student zna zróżnicowania stanów i trendów występujących na rynkach turystycznych kraju i świata. Potrafi przeprowadzić krytyczną

	rynkach turystycznych.	turystycznych kraju i świata.	turystycznych kraju i świata.	analizę poszczególnych cech specyficznych.
Efekt 2	Student nie zna mechanizmów i zasad funkcjonowania oraz znaczenia kulturotwórczej działalności człowieka.	Student zna w sposób ogólny mechanizm funkcjonowania kulturotwórczej działalności człowieka.	Student ma podstawową wiedzę o mechanizmie i zasadach funkcjonowania oraz znaczenia kulturotwórczej działalności człowieka.	Student ma wiedzę o mechanizmie i zasadach funkcjonowania oraz znaczenia kulturotwórczej działalności człowieka. Potrafi dokonać krytycznej analizy poszczególnych zasad.
Efekt 3	Student nie umie wymienić przebiegu procesów zachodzących w środowisku geograficznym i na współczesnych rynkach turystycznych.	Student potrafi wymienić uwarunkowania przebiegu procesów zachodzących w środowisku geograficznym i na współczesnych rynkach turystycznych.	Student ma wiedzę na temat uwarunkowań przebiegu procesów zachodzących w środowisku geograficznym i na współczesnych rynkach turystycznych.	Student ma wiedzę na temat uwarunkowań przebiegu procesów zachodzących w środowisku geograficznym i na współczesnych rynkach turystycznych. Potrafi je wymienić, scharakteryzować i poddać krytycznej analizie.
Efekt 4	Student nie posiada umiejętności rozumienia i analizowania zjawisk społeczno-ekonomicznych w obszarze gospodarki turystycznej.	Student posiada ogólną umiejętność rozumienia analizowania zjawisk społeczno-ekonomicznych w obszarze gospodarki turystycznej.	Student posiada umiejętność rozumienia, analizowania i oceny zjawisk społeczno-ekonomicznych w obszarze gospodarki turystycznej.	Student posiada umiejętność rozumienia, analizowania i oceny zjawisk społeczno-ekonomicznych w obszarze gospodarki turystycznej. Potrafi je wymienić, scharakteryzować i poddać krytycznej analizie.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć prezentowane Studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy e-mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są Studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	HOTELARSTWO
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	III
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie i omówienie podstaw hotelarstwa, poznanie rynku usług hotelarskich.
C2. Przedstawienie głównych założeń zarządzania hotelem.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawy hotelarstwa.
Student zna rynek usług hotelarskich.
Student zna zasady eksploatacji hotelu.
Student zna metody i techniki zarządzania w przedsiębiorstwie hotelarskim.
Student zna zasady prowadzenia działalności gastronomicznej i innych usług towarzyszących działalności hotelarskiej.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi wskazać na wzajemne relacje między turystyką, hotelarstwem i gastronomią.
EU 2 – Student potrafi wymienić rodzaje przedsiębiorstw hotelarskich, zna zasady kategoryzacji obiektów hotelarskich.
EU 3 – Student prezentuje wiedzę dotyczącą części składowych współczesnego hotelu.
EU 4 – Student prezentuje wiedzę na temat funkcjonowania gastronomii hotelarskiej i innych rodzajów działalności usługowej w obiekcie hotelarskim (usługi sportowo-rekreacyjne, działalność handlowa, itp.).

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Podstawowe pojęcia z zakresu hotelarstwa.	1
W 2- Zarys historii hotelarstwa w Polsce i na świecie.	1
W 3- Charakterystyka podstawowych obiektów bazy noclegowej.	2
W 4- Kategoryzacja obiektów hotelarskich.	1
W 5- Usługi hotelarskie – pojęcie, cechy, podział, przykłady usług hotelarskich.	2
W 6- Organizacje hotelarskie w Polsce i na świecie.	1

W7- Części składowe współczesnego hotelu.	1
W8- Standardy obsługi i techniki pracy w hotelu.	1
W9- Zarządzanie hotelem – metody i techniki.	2
W10- Zarządzanie marketingowe i jakość usług hotelarskich.	2
W11- Gastronomia i usługi towarzyszące działalności hotelarskiej.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C1- Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z hotelarstwem, turystyką i gastronomią.	1
C2- Aspekty i modele gościnności, funkcje hotelu.	2
C3- Klasyfikacja i kategoryzacja obiektów hotelarskich w Polsce.	2
C4- Przykłady obiektów hotelarskich i innych, w których świadczone są usługi hotelarskie.	3
C5- Bezpieczeństwo gości i ich mienia, regulamin organizacyjny hotelu, Kodeks Etyki Hotelarza.	2
C6- Standardy obsługi gości hotelowych (rozmowa z gościem hotelowym, rezerwacje, karty pobytu, regulowanie należności, reagowanie na skargi klientów, ocena swoich predyspozycji i przeciwwskazań do pracy w zawodzie hotelarza).	3
C7- Współczesne sieci i systemy hotelowe – przykłady.	2
C8- Studia przypadków wybranych hoteli w Polsce i zagranicą - praca zespołowa – grupa podzielona zostanie na 2-3 osobowe zespoły, które przeanalizują strategię zarządzania obiektami hotelarskimi.	4
C9- Zadania, organizacja i technika pracy w recepcji, służby piętter, działu gastronomicznego, pionu technicznego, administracji hotelowej. Zajęcia terenowe.	2
C10- Marketing usług hotelarskich.	2
C11- Gastronomia hotelowa, usługi sportowo-rekreacyjne, działalność handlowa – przykłady zastosowań / wizyta w hotelu.	4
C12- Systemy zapewnienia jakości w hotelarstwie.	2
C13- Kolokwium zaliczeniowe.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Książki, podręczniki, artykuły w specjalistycznych czasopismach
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej
5. Filmy, prezentacje zdjęciowe, materiały prezentujące zagadnienia związane z hotelarstwem

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ćwiczenia w grupach – aktywność na zajęciach
 F2. Projekty przygotowywane w kilkusobowych zespołach, ocena aktywności na zajęciach (kreatywność, udział w dyskusji, trafność analizy i wniosków)
 P1. Sprawdzian praktyczny – zadanie do wykonania, projekt badawczy

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład i Ćwiczenia	45	1,8
Przygotowanie się do ćwiczeń	10	0,4
Przygotowanie się do zaliczenia	10	0,4
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	5	0,2
Obecność na konsultacjach	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Hotelarstwo, Usługi, Eksploatacja, Zarządzanie, Aleksander Panasiuk, Daniel Szostak (Red.), Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008.

P. Dominik, W. Drogoń, Organizacja przedsiębiorstwa hotelarskiego, Wyd. DrukTur Sp. z o.o., Warszawa 2009.

M. Milewska, B. Włodarczyk, Hotelarstwo, cz. I : podstawowe wiadomości z zakresu hotelarstwa, Wyd. WSTiH, Łódź 2009.

M. Turkowski, Marketing usług hotelarskich, Wyd. PWE, Warszawa 2010.

S. Borkowski, E. Wszendybył, Jakość i efektywność usług hotelarskich, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2007.

Literatura uzupełniająca:

Czasopismo „Hotelarz”

Czasopismo „Świat Hoteli”

A. Widawska-Stanisiz, Marketingowy aspekt jakości usług branży hotelarskiej. Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego, Warszawa 2009.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanisiz, agnieszka.widawska-stanisiz@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_W06, K_W10, K_U01, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K05	C1,	W1, W2, W5-W6, C1, C2, C13	1-5	F1, F2, P1
EU 2	K_W02, K_W03, K_W07, K_W11, K_U01, K_U05, K_U06, K_U09, K_K01, K_K02	C1	W3, W4, C3, C4, C5, C7, C13	1-5	F1, F2, P1
EU 3	K_W02, K_W03, K_W07, K_W11, K_U01, K_U05, K_U06, K_U09, K_K01, K_K02	C1, C2	W7, W8, C6, C8, C9, C10, C13	1-5	F1, F2, P1
EU 4	K_W01, K_W02, K_W03, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2,	W9-W10, W11, C6, C7, C9-C10, C11, C12, C13	1-5	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi wskazać wzajemnych relacji między turystyką, hotelarstwem i gastronomią.	Student potrafi wskazać na podstawowe wzajemne relacje między turystyką, hotelarstwem i gastronomią.	Student potrafi wskazać na wzajemne relacje między turystyką, hotelarstwem i gastronomią.	Student potrafi wskazać na wzajemne relacje między turystyką, hotelarstwem i gastronomią uzupełniając je przykładami.

Efekt 2	Student nie potrafi wymienić rodzajów przedsiębiorstw hotelarskich, nie zna żadnych zasad kategoryzacji obiektów hotelarskich.	Student potrafi wymienić rodzaje przedsiębiorstw hotelarskich, nie zna zasad kategoryzacji obiektów hotelarskich.	Student potrafi wymienić rodzaje przedsiębiorstw hotelarskich, zna zasady kategoryzacji obiektów hotelarskich.	Student potrafi wymienić rodzaje przedsiębiorstw hotelarskich, zna zasady kategoryzacji obiektów hotelarskich. Potrafi przedstawić przykłady konkretnych obiektów i wskazać konkretne przykłady dotyczące kategoryzacji obiektu.
Efekt 3	Student nie posiada wiedzy dotyczącej części składowych współczesnego hotelu.	Student prezentuje podstawową wiedzę dotyczącą części składowych współczesnego hotelu.	Student potrafi wymienić i szczegółowo opisać części składowych współczesnego hotelu.	Student prezentuje wiedzę dotyczącą części składowych współczesnego hotelu oraz potrafi szczegółowo omówić je na przykładach, np. przedstawiając opisy poszczególnych stanowisk pracy w poszczególnych częściach składowych hotelu.
Efekt 4	Student nie posiada wiedzy na temat funkcjonowania gastronomii hotelarskiej i innych rodzajów działalności usługowej w obiekcie hotelarskim (usługi sportowo-rekreacyjne, działalność handlowa, itp.).	Student potrafi przedstawić podstawowe informacje na temat funkcjonowania gastronomii hotelarskiej, nie potrafi odnieść tej wiedzy do innych rodzajów działalności usługowej w obiekcie hotelarskim (usługi sportowo-rekreacyjne, działalność handlowa, itp.).	Student prezentuje wiedzę na temat funkcjonowania gastronomii hotelarskiej i innych rodzajów działalności usługowej w obiekcie hotelarskim (usługi sportowo-rekreacyjne, działalność handlowa, itp.).	Student prezentuje wiedzę na temat funkcjonowania gastronomii hotelarskiej i innych rodzajów działalności usługowej w obiekcie hotelarskim (usługi sportowo-rekreacyjne, działalność handlowa, itp.) Potrafi zaprezentować praktyczne rozwiązania dotyczące gastronomii i usług dodatkowych we współczesnych hotelach.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOCIE

<u>Nazwa przedmiotu</u>	PRAKTYKA ZAWODOWA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Wydział Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Praktyka
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Praktyka</u>
-	-	-	-	4 tygodnie

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie z praktycznymi aspektami realizacji zadań w zakresie zarządzania organizacją.
 C2. Poznanie specyfiki funkcjonowania organizacji różnego typu (organizacje komercyjne, jednostki samorządowe, instytucje publiczne oraz non – profit) w warunkach turbulentnego otoczenia.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student ma wiedzę na temat podstaw zarządzania.
 Student potrafi charakteryzować społeczno-ekonomiczne uwarunkowania zarządzania organizacjami.
 Student ma podstawową wiedzę z zakresu zarządzania zasobami organizacji.
 Student ma wiedzę podstawową z zakresu wpływu otoczenia na decyzje podejmowane w zakresie zarządzania organizacją.
 Student potrafi odczytywać informacje zawarte w dokumentach regulujących proces zarządzania.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student identyfikuje, analizuje i rozwiązuje problemy związane z gospodarowaniem zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi, nieruchomościami i informacjami.
 EU 2 – Student potrafi realizować podstawowe funkcje zarządzania procesami, przedsięwzięciami oraz zadaniami w organizacjach.
 EU 3 – Student identyfikuje i analizuje podstawowe: ekonomiczne, przyrodnicze, prawne, społeczne i kulturowe uwarunkowania zarządzania oraz rozwoju lokalnego i regionalnego
 EU 4 – Student potrafi identyfikować problemy związane z wypełnianiem funkcji kierowniczych oraz prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – PRAKTYKI ZAWODOWE – 4 tygodnie	Liczba TYGODNI
PZ 1 Zapoznanie się z zasadami funkcjonowania organizacji w zakresie: realizowanych zadań, struktury organizacyjnej, współpracy poszczególnych komórek organizacyjnych, funkcjonującej dokumentacji i jej obiegu; współpracy organizacji z jednostkami otoczenia.	1 30h

PZ 2 Przedstawienie metod obliczeniowych, procedur oraz współczesnych narzędzi wspomagania komputerowego wykorzystywanych dla celów planowania, projektowania, diagnozowania, opracowywania i monitorowania zadań jakie organizacja realizuje w ramach procesu zarządzania.	1 30h
PZ 3 Zapoznanie się z problemami i uwarunkowaniami: ekonomicznymi, przyrodniczymi, prawnymi, społecznymi i kulturowymi jakie wpływają na proces zarządzania organizacją.	1 30h
PZ 4 Przedstawienie problemów kierowania ludźmi, skutecznego komunikowania się, negocjowania, motywowania oraz uwarunkowań efektywnej pracy zespołowej.	1 30h

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Dokumenty specjalistyczne
2. Sprzęt i oprogramowanie udostępnione przez organizację

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadania realizowane w ramach praktyk
P1. Egzamin z praktyk w formie ustnej

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z osobą odpowiedzialną za praktyki zawodowe (zakładowy opiekun praktyki)	100	3,2
Przygotowanie celów i programu praktyki, sprawozdanie z praktyki zawodowej	20	0,8
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	120	4,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

1. Dokumentacja wewnątrzorganizacyjna
2. Akty prawne
3. Zasoby Internetu

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanisz, a.widawska-stanisz@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W10, K_U03, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05, K_K06	C1, C2,	PZ 2	1, 2	F1, P1
EU 2	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W10, K_U03, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05, K_K06	C1, C2	PZ 1	1, 2	F1, P1
EU 3	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W10, K_U03, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04	C1, C2	PZ 2, PZ 3, PZ 4	1, 2	F1, P1

EU 4	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W10, K_U03, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05, K_K06	C1, C2	PZ 4	1, 2	F1, P1
------	--	--------	------	------	--------

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi identyfikować, analizować i rozwiązywać problemów związanych z gospodarowaniem zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi, nieruchomościami i informacjami.	Student potrafi identyfikować, podstawowe problemy związane z gospodarowaniem zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi, nieruchomościami i informacjami.	Student potrafi identyfikować oraz analizować różnorodne problemy związane z gospodarowaniem zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi, nieruchomościami i informacjami.	Student potrafi identyfikować oraz analizować i rozwiązywać różnorodne problemy związane z gospodarowaniem zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi, nieruchomościami i informacjami.
Efekt 2	Student nie potrafi realizować podstawowych funkcji zarządzania procesami, przedsięwzięciami oraz zadaniami w organizacjach.	Student potrafi definiować podstawowe funkcje zarządzania procesami, przedsięwzięciami oraz zadaniami w organizacjach.	Student potrafi definiować podstawowe funkcje zarządzania procesami, przedsięwzięciami oraz zadaniami w organizacjach.	Student potrafi definiować oraz realizować funkcje zarządzania procesami, przedsięwzięciami oraz zadaniami w organizacjach.
Efekt 3	Student nie potrafi identyfikować oraz analizować podstawowych: ekonomiczne, przyrodnicze, prawne, społeczne i kulturowe uwarunkowania zarządzania oraz rozwoju lokalnego i regionalnego.	Student potrafi identyfikować podstawowe: ekonomiczne, przyrodnicze, prawne, społeczne i kulturowe uwarunkowania zarządzania oraz rozwoju lokalnego i regionalnego.	Student potrafi identyfikować oraz charakteryzować podstawowe: ekonomiczne, przyrodnicze, prawne, społeczne i kulturowe uwarunkowania zarządzania oraz rozwoju lokalnego i regionalnego.	Student potrafi identyfikować, charakteryzować oraz analizować różnorodne: ekonomiczne, przyrodnicze, prawne, społeczne i kulturowe uwarunkowania zarządzania oraz rozwoju lokalnego i regionalnego.
Efekt 4	Student nie potrafi identyfikować problemów związanych z wypełnianiem funkcji kierowniczych oraz prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.	Student potrafi identyfikować podstawowe problemy związane z wypełnianiem funkcji kierowniczych oraz prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.	Student potrafi identyfikować oraz charakteryzować problemy związane z wypełnianiem funkcji kierowniczych oraz prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.	Student potrafi identyfikować i analizować różnorodne sytuacje i problemy związane z wypełnianiem funkcji kierowniczych oraz prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do zadań itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsc) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz na drzwiach pokoju poszczególnych pracowników Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE W TURYSTYCE SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Instytut Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Katarzyna Olejniczak-Szuster
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Turystyka sportowa</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Celem zajęć jest nabycie przez studentów wiedzy teoretycznej i praktycznej umiejętności związanej z funkcjonowaniem i problematyką zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym a także sportowym w dynamicznym otoczeniu.

C2. Celem zajęć jest nabycie umiejętności rozwiązywania problemów w podstawowych obszarach funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych a także sportowych oraz stosowanie podstawowego instrumentarium technik i metod zarządzania w turystyce sportowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna podstawowe pojęcia z zakresu turystyki sportowej.

Student dysponuje podstawową wiedzą z zakresu zarządzania organizacjami turystycznymi i sportowymi.

Student zna techniki twórczego rozwiązywania problemów.

Student potrafi rozwiązywać zadania typu *case study* (studia przypadków).

Student posiada umiejętności w zakresie prezentacji i uczestnictwa w merytorycznej dyskusji.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi analizować i interpretować proces zarządzania w organizacji turystycznej oraz sportowej.

EU 2 – Student potrafi zidentyfikować kluczowe problemy funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych oraz sportowych.

EU 3 – Student posiada umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów dla zarządzania obiektem turystycznym czy sportowym.

EU 4 – Student potrafi samodzielnie poszukiwać rozwiązań problemów zarządzania występujących wewnątrz oraz zewnątrz przedsiębiorstwa turystycznego oraz sportowego.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W 1 - Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć z zakresu zarządzania w turystyce sportowej.	2
W 2/3 - Proces zarządzania w przedsiębiorstwie sportowym i turystycznym.	4
W 4 - Przedstawienie obecnych i przyszłych trendów w zakresie funkcjonowania przedsiębiorstw sportowych i turystycznych.	2
W 5/6 - Koncepcja interesariuszy i ich znaczenia dla zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym i sportowym.	4
W 7 - Zarządzanie infrastrukturą turystyczną i sportową.	2
W 8/9/10 - Przegląd współczesnych podejść do zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym oraz sportowym.	6
W 11 - Kultura organizacyjna w przedsiębiorstwie turystycznym i sportowym.	2
W 12 - Przegląd podstawowych stylów kierowania w przedsiębiorstwie turystycznym i sportowym.	2
W 12 - Aspekty zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem turystycznym i sportowym.	2
W 13 - Problemy funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych i sportowych w aspekcie globalizacji.	2
W 14 - Działalność przedsiębiorstw turystycznych i sportowych na rynku krajowym i międzynarodowym.	2
W 15 - Systemy zarządzania wykorzystywane w zarządzaniu przedsiębiorstwem turystycznym i sportowym.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
CW 1 - Zajęcia organizacyjne (wprowadzające) – przedstawienie celu, programu zajęć oraz zasad zaliczania ćwiczeń.	2
CW 2 - Wprowadzenie do tematyki zarządzania w turystyce i sporcie, a także pracy menedżera. Studium przypadku praca pisemna do samodzielnej analizy.	2
CW 3 - Omówienie zagadnień związanych z planowaniem i ustalaniem celów, formułowaniem misji i wizji w przedsiębiorstwie turystycznym i sportowym. Analiza praktycznych implikacji - omówienie wyników i dyskusja.	2
CW 4/5 - Analiza podstawowych interakcji przedsiębiorstwa turystycznego oraz sportowego z wewnętrznym i zewnętrznym otoczeniem.	4
CW 6/7 - Analiza potencjału ludzkiego w przedsiębiorstwie. Studium przypadku Rekrutacja Produkt Manager'a - omówienie wyników i dyskusja.	4
CW 8/9/10 - Analiza wybranego przedsiębiorstwa turystycznego lub sportowego. Zbadanie jego pozycji rynkowej, możliwości rozwoju, określenie interesariuszy i posiadanej infrastruktury, określenie strategii działania, praca w grupach.	6
CW 12/13/14 - Prezentacja prac zaliczeniowych dotyczących przeprowadzonej analizy przedsiębiorstwa turystycznego lub sportowego.	6
CW 15 - Podsumowanie zajęć, wystawienie ocen kocowych, uzupełnienie przez studentów brakujących case study.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Program MS Project
4. Program MS Power Point
5. Tablica
6. Teksty źródłowe/źródła internetowe

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena przygotowania zadań typu *case study*
- F2. Prezentacja wykonanych zadań
- F3. Aktywność podczas dyskusji podsumowujących
- P1. Ocena całościowa projektu
- P2. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, projekt	60	2,4
Obecność na konsultacjach		10	0,4
Przygotowanie do egzaminu (poza zajęciami)		20	0,8
Zapoznanie ze wskazaną literaturą		7	0,28
Obecność na egzaminie		3	0,12
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Grzeganeek-Więcek B., Hadzik A., Kantyka J., Maciąg J. *Wieloaspektowe zarządzanie organizacjami turystycznymi i sportowymi – nowy podręcznik dla studentów*. Wydawnictwo AWF, Katowice 2011.
Halemba P. *Współczesne problemy zarządzania sportem i turystyką*. Wydawnictwo AWF, Katowice 2008.

Kuźbik P.. *Zarządzanie w sporcie. Organizacje, ludzie, marketing* (ebook), Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2016.

Borzyszkowski J., *Organizacja i Zarządzanie Turystyką w Polsce*, CeDeWu Sp. z o.o., 2011.

Literatura uzupełniająca:

Davidson R., Rogers T. *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events*. Elsevier, Oxford 2007.

Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. Społeczna odpowiedzialność biznesu.

Zrównoważony rozwój. Strategie zarządzania. T.2, red. nauk. Olejniczak-Szuster K., Królik R., WWZP, Częstochow 2018.

Zarządzanie Teoria i praktyka, red. nauk. Koźmiński A. K., Piotrowski W., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.

Koncepcje zarządzania współczesnymi organizacjami, red. nauk. R. Kuceba, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2014.

Koncepcje zarządzania: podręcznik akademicki, red. nauk. M. Czerska, A. A. Szpitter, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa 2010.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Katarzyna Olejniczak-Szuster, katarzyna.olejniczak-szuster@wz.pcz.p

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_U01, K_U03, K_K01	C1, C2	W1, W2, W3, C1, C2	1, 2, 5, 6, 7	F1, F2, F3, P1, P2
EU 2	K_W04, K_W06, K_U04, K_K02,	C1, C2	W4, W5, W13, W14, C1, C2, C3	1, 2, 3, 5, 6, 7	F1, F2, F3, P1, P2

EU 3	K_W07, K_W09, K_U05, K_U07, K_K04	C1. C2	W7 – W10, C7-C12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	F1, F2, F3, P1, P2
EU 4	K_W07, K_W09, K_U08, K_U09, K_K05	C2	W13, W14, W15 C10-C14	1,2,3	F1, F2, F3, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi analizować i interpretować proces zarządzania w organizacji turystycznej oraz sportowej.	Student potrafi przedstawić proces zarządzania w organizacji turystycznej oraz sportowej.	Student potrafi przedstawić i po krótko opisać proces zarządzania w organizacji turystycznej oraz sportowej.	Student potrafi analizować i interpretować proces zarządzania w organizacji turystycznej oraz sportowej.
Efekt 2	Student nie potrafi zidentyfikować kluczowe problemy funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych oraz sportowych.	Student potrafi zidentyfikować kluczowe problemy funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych oraz sportowych.	Student potrafi zidentyfikować kluczowe problemy funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych oraz sportowych w perspektywie otoczenia zewnętrznego i wewnętrznego.	Student potrafi zidentyfikować kluczowe problemy funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych oraz sportowych w perspektywie otoczenia, podając przykłady ich rozwiązania.
Efekt 3	Student posiada umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów dla zarządzania obiektem turystycznym czy sportowym.	Student posiada ogólną umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów dla zarządzania obiektem turystycznym czy sportowym.	Student posiada dobre umiejętności wykorzystania nowoczesnych trendów zarządzania obiektem turystycznym czy sportowym.	Student posiada umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów dla zarządzania obiektem turystycznym czy sportowym w praktyce.
Efekt 4	Student nie potrafi podać problemów występujących wewnątrz oraz zewnątrz przedsiębiorstwa turystycznego oraz sportowego.	Student potrafi jedynie podać przykłady ogólne błędy zarządzania występujących w przedsiębiorstwie turystycznym lub sportowym.	Student potrafi podać przykłady błędów w procesie zarządzania, w rozdzieleniu na wewnętrzne i zewnętrzne otoczenie ale nie potrafi podać sposoby ich rozwiązania.	Student potrafi samodzielnie poszukiwać rozwiązań problemów zarządzania występujących wewnątrz oraz zewnątrz przedsiębiorstwa turystycznego oraz sportowego.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej w zakładce Informacje dla studentów/plany zajęć.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się również na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem - 3 piętro obok pokoju 310 (budynek główny WZ) a także w budynku DS.4, II piętro pokój 76-77.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	UBEZPIECZENIA W SPORCIE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Roman Garbiec
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie z podstawami teoretycznymi funkcjonowania systemu ubezpieczeń gospodarczych w Polsce.
- C2. Zapoznanie z zasadami tworzenia umów ubezpieczenia i rodzajami ubezpieczeń oferowanymi na polskim rynku ubezpieczeń.
- C3. Zapoznanie z mechanizmami funkcjonowania ubezpieczeń w turystyce i rekreacji w Polsce.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawy prawa.
- Student posiada podstawową wiedzę z zakresu makro i mikroekonomii.
- Student zna podstawy finansów.
- Student potrafi zdefiniować i omówić podstawy marketingu usług.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi określić podstawowe mechanizmy funkcjonowania ubezpieczeń gospodarczych.
- EU 2 – Student zna zasady tworzenia i elementy składowe umowy ubezpieczenia.
- EU 3 – Student potrafi określić jakie rodzaje ubezpieczeń oferowane są na polskim rynku i jakie zasady obowiązują w pośrednictwie ubezpieczeniowym.
- EU 4 – Student potrafi określić formy ubezpieczeń w turystyce i rekreacji oraz metody finansowania ubezpieczeń.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY-15 godzin	Liczba godzin
W 1, W 2 – Ryzyko jako podstawowe pojęcie ubezpieczeń , jego faktory, rodzaje.	2
W 3 – Podstawowe pojęcia ubezpieczeń, zasady i funkcje ubezpieczeń.	1
W 4, W 5 – Klasyfikacja i rodzaje ubezpieczeń w Polsce.	2
W 6 – W 9 – Formy organizacyjno-prawne działalności ubezpieczeniowej oraz formy pośrednictwa ubezpieczeniowego, podstawy prawne umów ubezpieczeniowych.	4

W10 – W 11 – Podstawy ubezpieczeń społecznych w zakresie świadczeń wypadkowych, chorobowych i rentowych w ubezpieczeniu społecznym.	2
W 12 – W 14 – Zasady funkcjonowania ubezpieczeń w sporcie : zdrowotne, wypadkowe w ubezpieczeniu gospodarczym.	3
W 15 – Podanie wyników sprawdzianu i ewentualna poprawa kolokwium.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
C 1 – Zajęcia wprowadzające, określenie reguł uzyskania zaliczenia i reguł dotyczących sprawdzianów w semestrze.	1
C 2 – Podstawowe definicje ryzyka i jego rodzaje i uwarunkowania oraz selekcja i klasyfikacja w zakładach ubezpieczeń.	1
C 3 – Podstawy teoretyczne ubezpieczeń.	1
C 4 – Rynek ubezpieczeń w Polsce, podziały dychotomiczne.	1
C 5 – Rynek ubezpieczeń w Polsce, klasyfikacje wieloelementowe.	1
C 6 – Spółki akcyjne i towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych jako podstawowe formy działalności w sferze ubezpieczeń.	1
C 7 – Działalność agencji i brokerska w ubezpieczeniach.	1
C 8 – Budowa i elementy składowe ogólnych warunków ubezpieczenia, obowiązki ubezpieczonych wynikające z zawartej umowy ubezpieczenia.	1
C 9 – Utrata praw z ubezpieczenia, zasada regresu ubezpieczeniowego, udział własny i franszyza jako składniki umowy ubezpieczenia.	1
C 10 – Rodzaje świadczeń chorobowych i rentowych w ubezpieczeniu społecznym.	1
C 11 – Rodzaje świadczeń wypadkowych w ubezpieczeniu społecznym.	1
C 12 – C 13 – Typy i rodzaje ubezpieczeń w sporcie : zdrowotne, wypadkowe w ubezpieczeniu gospodarczym.	2
C 14 – Sprawdzenie wiadomości (kolokwium).	1
C 15 – Rozliczenie semestralne wraz z możliwością poprawy kolokwium.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki, skrypty
2. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

P1. Kolokwium zaliczeniowe - pisemne na wykładzie lub ćwiczeniach

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Wykład, ćwiczenia	30	1,2
Konsultacje	4	0,16
Przygotowanie do ćwiczeń	20	0,80
Przygotowanie do kolokwium	21	0,84
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Podstawy ubezpieczeń, tom I – mechanizmy i funkcje, Monkiewicz J. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2000.

Podstawy ubezpieczeń, tom II – produkty, Monkiewicz J. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2001.

Daszewski A., Dąbrowska A., Wróblewski T., *Turystyczny Poradnik Ubezpieczeniowy*" Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz - Warszawa 2005. Wróblewski, *Turystyczny Poradnik Ubezpieczeniowy*" Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz - Warszawa 2005.

Garbiec R., *Ubezpieczenia w teorii i praktyce część II – ubezpieczenia gospodarcze i zdrowotne*, Wyd.4, WWZPCz, Częstochowa 2016.

Ustawa z dnia 25 czerwca 2010 roku *o sporcie*.

Ustawa z 22 maja 2003 roku *O działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej*

Ustawa z 15 grudnia 2017 roku *O dystrybucji ubezpieczeniowej*

Ustawa z 22.03.2003 roku *o obowiązkowym ubezpieczeniu, ubezpieczeniowym funduszu gwarancyjnym, i polskim biurze ubezpieczeń komunikacyjnych*

Garbiec R., *Ubezpieczenia w teorii i praktyce część I – system ubezpieczeń społecznych*, wyd.7, WWZPCz, Częstochowa 2016.

Literatura uzupełniająca:

Mechanizmy funkcjonowania ubezpieczeń gospodarczych, R. Garbiec (red.), Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2010.

Ubezpieczenia w Unii Europejskiej, Monkiewicz J. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2002.

Ubezpieczenia gospodarcze, Sangowski T. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2000.

Jedynak P., *Ubezpieczenia gospodarcze. Wybrane elementy teorii i praktyki*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2001.

Ubezpieczenia. Rynek i ryzyko, Ronka-Chmielowiec W. (red.), PWE, Warszawa 2002.

Stroiński Eugeniusz, *Ubezpieczenia na życie*, Poltext, Warszawa 2004.

Holly R., *Ubezpieczenia finansowe i gwarancje ubezpieczeniowe*, Poltext, Warszawa 2003.

Jedynak P., *Ubezpieczenia gospodarcze. Wybrane elementy teorii i praktyki*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2001.

Ubezpieczenia. Rynek i ryzyko, Ronka-Chmielowiec W. (red.), PWE, Warszawa 2002.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Roman Garbiec; roman.garbiec@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C1,	W1-W3, W10,W11, C2,C3,C10, C11	1,2	P1, F1
EU 2	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2	W6-W9, C6-C9	1,2	P1, F1
EU 3	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C2, C3	W4, W5, W7,C4, C5,C6,C7	1,2	P1, F1
EU 4	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C2, C3	W12-W15, C12-C13	1,2	P1, F1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zdefiniować podstawowych mechanizmów funkcjonowania ubezpieczeń.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia oraz ryzyko wraz z jego uwarunkowaniami.	Student zna podstawowe pojęcia oraz ryzyko, jego faktory.
Efekt 2	Student nie potrafi kreślić elementów umowy ubezpieczenia.	Student potrafi wymienić podstawowe elementy umowy.	Student potrafi wymienić podstawowe elementy umowy oraz obowiązki stron umowy ubezpieczenia.	Student zna podstawowe elementy umowy oraz obowiązki stron umowy ubezpieczenia i pojęcia franszyzy udziału własnego, regresu ubezpieczeniowego itd.
Efekt 3	Student nie potrafi opisać rodzajów ubezpieczeń w Polsce.	Student potrafi opisać rodzaje ubezpieczeń w Polsce.	Student zna rodzaje ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego.	Student zna rodzaje ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego oraz różnicę pomiędzy nimi.
Efekt 4	Student nie potrafi opisać form ubezpieczeń w Polsce.	Student potrafi opisać formy ubezpieczeń w Polsce i zna rodzaje ubezpieczeń gospodarczych w Polsce.	Student zna formy ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego oraz różnicę pomiędzy nimi i świadczenia społeczne.	Student zna formy ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego oraz rodzaje ubezpieczeń w sporcie oraz świadczeń społecznych.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	BIZNESPLAN PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNEGO
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Innowacji i Zarządzania Bezpieczeństwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr hab. Andrzej Brzeziński
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Student powinien nabyć wiedzę na temat biznesplanu.
 C2. Student powinien nabyć umiejętność sporządzenia biznesplanu przedsiębiorstwa turystycznego.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawy zarządzania i marketingu współczesnego przedsiębiorstwa.
 Student zna podstawy oceny efektywności przedsięwzięć.
 Student posiada umiejętność pisania projektów.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna strukturę biznesplanu i jego elementy.
 EU 2 – Student potrafi pozyskać informacje i dane niezbędne do sporządzenia biznesplanu.
 EU 3 – Student potrafi sporządzić biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W. 1. Wprowadzenie do przedmiotu i określenie zasad zaliczenia przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i definicji związanych z biznesplanem.	1
W. 2. Rodzaje biznesplanów i ich zastosowanie w praktyce gospodarczej.	1
W.3. Specyfika małego przedsiębiorstwa turystycznego.	1
W. 4 – 5.. Problemy startu małego przedsiębiorstwa turystycznego	2
W. 6. Struktura biznesplanu małego przedsiębiorstwa turystycznego. Streszczenie biznesplanu i charakterystyka startującego biznesu.	1
W. 7. Analiza otoczenia i uruchamianego przedsiębiorstwa turystycznego.	1
W. 8 - 9. Cele uruchamianego przedsiębiorstwa i plan marketingowy.	2
W. 10 – Plan działalności operacyjnej i organizacja i zarządzanie w uruchamianym przedsiębiorstwie.	1
W. 11 – Zespół w uruchamianym przedsiębiorstwie.	1

W. 12 - Harmonogram głównych zamierzeń uruchamianego przedsiębiorstwa	1
W. 13 – 15. Plan finansowy. Analiza finansowa uruchamianego przedsiębiorstwa. Metody oceny finansowej.	2

Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
Ćw. 1 Zajęcia organizacyjne (wprowadzające) – omówienie przewodnika po przedmiocie: przedstawienie celu, programu zajęć oraz zasad zaliczania ćwiczeń.	1
Ćw. 2 - 3. Dylematy startu przedsiębiorcy turystycznego (solo czy spółka, wybór formy organizacyjno-prawnej firmy, przedmiot działalności gospodarczej)	2
Ćw. 4 - 6. Zasoby finansowe uruchamianego przedsiębiorstwa i analiza źródeł finansowania zewnętrznego (kredyt, leasing, kredyt handlowy, dotacje i subwencje, Venture Capital i Anioły biznesu)	3
Ćw. 7 -8. Zasoby ludzkie w uruchamianym przedsiębiorstwie. Proces doboru – przegląd metod rekrutacji i selekcji pracowników.	2
Ćw. 9 – 10. Analiza otoczenia ogólnego. Analiza otoczenia konkurencyjnego i uruchamianej firmy. Pięć sił Portera i Analiza SWOT na przykładach.	2
Ćw. 11 – 12. Analiza i porady przy tworzonych projektów – biznesplanach.	2
Ćw. 13, 14. Przedstawienie autorskiego projektu semestralnego w formie prezentacji zespołowej z wykorzystaniem technik multimedialnych. Dyskusja dotycząca przedstawianych treści, wspólne ustalenie niedociągnięć metodologicznych i merytorycznych.	2
Ćw. 15 Kolokwium sprawdzające wiedzę o biznesplanie przedsiębiorstwa turystycznego.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Aktywność na zajęciach.
P1. Ocena przygotowanego biznesplanu przedsiębiorstwa turystycznego
P2. Kolokwium sprawdzające wiedzę o biznesplanie

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem	Wykład	15	0,6
Zapoznanie z literaturą przedmiotu		2	0,08
Godziny kontaktowe z nauczycielem	Ćwiczenia audytoryjne	15	0,6
Sporządzenie biznesplanu		10	0,4
Przygotowanie do kolokwium		4	0,16
Obecność na konsultacjach		4	0,16
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		50	2,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Z. Pawlak, *Biznesplan – Zastosowanie i przykłady*, Poltex Warszawa 2007.
K. Opolski, K. K. Waśniewski, *Biznes plan – Jak go budować i analizować?*, CeDeWu Warszawa 2007.
W. Sasin, *Biznesplan. Poradnik praktyczny*, Agencja Wydawnicza INTERFART, Łódź 2003.
M. Jerzemowska, *Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 2006.
A. Czepurko, J. Łukaszewicz, *Biznesplan w praktyce zarządzania firmą*, WSHiP, Warszawa 2005.
B. Gołębiowska, *Wybrane zagadnienia z ekonomiki przedsiębiorstw turystycznych*, Wyd. SGGW, Warszawa 2009.

Literatura uzupełniająca:

- A. Korczyn, *Jak opracować biznes plan?*, Sigma Skierniewice 2008.
J.T. Skrzypek, *Biznesplan. Model najlepszych praktyk*, Warszawa Poltext 2012.
J.T. Skrzypek, *Biznesplan w 10 krokach przewodnik od pomysłu do wdrożenia*, Warszawa Poltext 2014.
A. Balińska, A. Sieczko, J. Zawadka, *Turystyka. Wybrane zagadnienia*, Wyd. Difin, Warszawa 2014.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr hab. Andrzej Brzeziński, andrzej.brzezinski@pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do Efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U08, K_K01, K_K02, K_K04, K_K05	C1, C2	W1, W 7 - 15 C 2 - C10	1, 2	F1, F2
EU 2	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W07, K_W08, K_W09, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U09, K_K01, K_K02	C1, C2	W1, W 7 - 15 C 2 - C10	1, 2	F1, F2
EU 3	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_W07, K_W09, K_W11, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2	W. 3; W. 5. W. 7. C 2-C3; C 9 – C10; C 13 - C14	1, 2	F1, F2
EK4	K_W09, K_W10, K_W11, K_W12, K_U10, K_K02, K_K03	C1, C2, C3	C13-C14	1, 2	F1, F2, F3, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi wymienić elementów struktury biznesplanu.	Student potrafi wymienić podstawowe elementy struktury biznesplanu.	Student potrafi przedstawić koncepcję biznesplanu a także potrafi wymienić wszystkie jego elementy składowe, a niektóre z nich opisać.	Student potrafi przedstawić koncepcję biznesplanu a także zna i potrafi opisać wszystkie jego elementy składowe.
Efekt 2	Student nie potrafi znaleźć informacji i danych do sporządzenia biznesplanu	Student potrafi znaleźć podstawowe informacje i dane do sporządzenia biznesplanu.	Student potrafi znaleźć wszelkie informacje i dane do sporządzenia biznesplanu.	Student potrafi znaleźć wszelkie informacje i dane do sporządzenia biznesplanu, stwarzającego duże szanse na pozyskanie niezbędnych środków do przeprowadzenia planowanego przedsięwzięcia.
Efekt 3	Student nie zna sposobów oceny efektywności przedsięwzięć.	Student zna sposoby oceny efektywności przedsięwzięć.	Student zna sposoby oceny efektywności przedsięwzięć i potrafi je wykorzystać.	Student zna sposobów oceny efektywności przedsięwzięć i potrafi je wykorzystać, analizować i interpretować.
Efekt 4	Student nie potrafi sporządzić biznesplanu przedsiębiorstwa turystycznego.	Student potrafi sporządzić biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego, jednakże nie potrafi dokonać analizy uzyskanych wyników.	Student potrafi sporządzić biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego, potrafi dokonać analizy uzyskanych wyników.	Student potrafi sporządzić biznesplan przedsiębiorstwa turystycznego, jednakże potrafi dokonać analizy uzyskanych wyników, także potrafi je interpretować i zaprezentować.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Innowacji i Systemów Zarządzania Bezpieczeństwem.

SYLABUS DO PRZEDMITU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	JAKOŚĆ USŁUG TURYSTYCZNYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Inżynierii Produkcji i Bezpieczeństwa
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Renata Stasiak-Betlejewska Dr Joanna Rosak-Szyrocka
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30			

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Poznanie podstawowych zagadnień z zakresu zarządzania jakością z uwzględnieniem elementów doskonalenia.
- C2. Wykorzystanie w praktyce tradycyjnych i nowych narzędzi i metod z zakresu zarządzania jakością.
- C3. Zastosowanie w praktyce metody Servqual, metody CIT oraz metody CSI.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza dotycząca przebiegu procesów produkcyjnych.
Wiedza dotycząca funkcjonowania gospodarki.
Umiejętność przeprowadzenia obliczeń matematycznych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Potrafi analizować problemy w oparciu o diagram Ishikawy.
- EU 2 – Potrafi przeprowadzić analizę Pareto-Lorenza i wyciągnąć wnioski.
- EU 3 – Zna teoretyczne podstawy z zakresu metody FMEA oraz potrafi wykorzystać metodę FMEA w praktyce.
- EU 4 – Potrafi prowadzić obliczenia w zakresie metody Servqual, CIT oraz CSI.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzina	Liczba godzin
W1. Geneza oraz podstawowe pojęcia z zakresu jakości.	2
W2. Charakterystyka usług turystycznych.	2
W3. Kompleksowe zarządzanie jakością –TQM.	2
W4. Modele systemów zarządzania jakością w firmie. Strukturalny model jakości.	3
W5. Rodzaje systemów jakości.	2
W6. System jakości przemysłu spożywczego HACCP.	2
W7. System jakości przemysłu spożywczego GHP/GMP.	2

W8. Nagrody jakości.	2
W9. Doskonalenie jakości w usługach.	2
W10. Podstawowe dokumenty systemu zarządzania jakością opartego na normach ISO. Procedura wdrożenia ISO 9001.	2
W11. System zarządzania środowiskowego ISO 14001.	2
W12. Metody badania jakości usług: Servqual, CIT, CSI.	3
W13. CSR w przedsiębiorstwach branży turystycznej.	4
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C1. Grupowanie problemów w oparciu o diagram Ishikawy. Zbudowanie diagramu dla wybranego przykładu celem ukazania przyczyn powstawania problemów o charakterze jakościowym.	4
C2. Zasady budowy diagramu Pareto-Lorenza. Wykorzystanie diagramu Pareto-Lorenza na przykładzie analizy niezgodności występujących w procesie produkcji wybranego wyrobu.	4
C3. Przygotowanie i przeprowadzenie analizy oraz wskazanie działań zapobiegawczych dla wybranej usługi za pomocą metody FMEA.	4
C4. Procedura budowy i analizy ankiety Servqual na przykładzie wybranej usługi.	6
C5. Procedura budowy i analizy metody CIT na przykładzie wybranej usługi.	5
C6. Procedura metody CSI.	4
C7. Kształtowanie polityki CSR w przedsiębiorstwach branży turystycznej – studium przypadku.	3

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych
2. Kreda+tablica
3. Podręczniki i skrypty

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- P1. Kolokwium zaliczeniowe
- P2. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład	30	1,2
Przygotowanie do egzaminu		15	0,6
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Ćwiczenia	30	1,2
Obecność na egzaminie		3	0,12
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą		18	0,72
Obecność na konsultacjach		4	0,16
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Kachniewska M - Zarządzanie jakością usług turystycznych Difin Warszawa 2002.
- Gworys W., Kornak A. S., Szeremeta R. Jak kierować hotelami i innymi obiektami noclegowymi.
- Rosak-Szyrocka J. Rados A., Wawrzak A. 2013. EuropeSPA Mark as Hotel Wellness Quality Determinant, Toyotarity. People, Processes, Quality Improvement, [w:] Borkowski S., Stasiak-Betlewska R. Aeternitas Publishing House, Alba Iulia. Romania.
- Borkowski S., Rosak-Szyrocka J. Servqual as Instrument of Services Improvement and Resources Management, University of Maribor, Faculty of Logistics, Celje 2013.

Borkowski S.: Mierzenie poziomu jakości, Wyd. Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu, Sosnowiec 2004.

Borkowski S., Čorejová T., Instrumenty rozwiązywania problemów w zarządzaniu, Wyd. Wyższej Szkoły Zarządzania i Marketingu w Sosnowcu, Sosnowiec 2004.

Więcek J. (red). Zintegrowane zarządzanie jakością, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2007.

Hamrol A., Zarządzanie jakością z przykładami, PWN, Warszawa 2008.

Czajkowska, A., Stasiak-Betlejewska, R. Quality Management Tools Applying In The Strategy Of Logistics Services Quality Improvement Serbian Journal Of Management, Volume:10, Issue: 2, Pages: 225-234, Published: 2015.

Stasiak-Betlejewska, R., Kaye, M., Dyason, M., Stachova, K. Students' Expectations The Technical University Services Quality Assessment, Students' Expectations In The Technical University Services Quality Assessment.

Stasiak-Betlejewska R., Vasileva M., Analysis Of The Service Quality Level In Tourists Enterprises. Economics, Management And Tourism. First International Conference For Phd Candidates. Duni, 2010, 121-129.

Stasiak-Betlejewska R., Borkowski S., The Assesment And Proposal Of Improvement Of The Level Of The Bank Service Quality. [In:] Quality And Process. Improvement. Editing And Scientific Elaboration Stanisław B., Szoltysek K., House Of Saint Petersburg State Polytechnical University, Sankt Petersburg, 2007.

Stasiak-Betlejewska R., Tucek D., CSR as a Factor Shaping the Quality and Safety in the Construction Companies – Društvena odgovornost organizacijeka of actor oblikovanja kvaliteteisigurnosti u gradevinskim kompanijama. 17th International Symposium on Quality. Quality Makes a Difference, Zadar, Chorwacja (16 do 18 marca 2016 r.). Croatian Quality Managers Society. Zagreb. 2017. s. 371-380.

Stasiak-Betlejewska R., Corporate Social Responsibility and Diversity as the Strategic Elements of the Contemporary Polish Enterprises Policy, Marketing Identity 2017. Online rules. Part 2 (red.) PETRANOVA Dana, CABYOVA Ludmila, BEZAKOVA Zuzana. 13th Annual International Scientific Conference Marketing Identity, Smolenice, Słowacja (07 do 08 listopada 2017 r.). Faculty of Mass Media Communication University of Ss. Cyril and Methodius in Trnava. 2017. S. 410-418.

Literatura uzupełniająca:

Marcinkiewicz C. Marketing turystyczny. Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki, Częstochowa 2003. Czasopismo „Hotelarz”
Czasopismo „Zarządzanie Jakością”

Pabian B., Atrakcje turystyczne Polski. Walory kulturowe. Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki, Częstochowa 2006.

Marcinkiewicz C. Marketing turystyczny. Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki, Częstochowa 2003.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Renata Stasiak-Betlejewska, renata.stasiak-betlejewska@wz.pcz.pl;
Dr Joanna Rosak-Szyrocka, joanna.rosak-szyrocka@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W03, K_W06, K_U01, K_U05, K_U07, K_K01, K_K04	C1	W1-W12, C1-C5	1, 2, 3	P1, P2
EU 2	K_W02, K_U06, K_K02	C2, C3	W1-W12, C1-C5	1, 2, 3	P1, P2
EU 3	K_W09, K_U06, K_K04	C3	W1-W12, C1-C5	1, 2, 3	P1, P2
EU 4	K_W05, K_U06, K_K03	C1,C2	W1-W12, C1-C5	1, 2, 3	P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Nie potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu diagramu Ishikawy.	Potrafi posługiwać się wybranymi pojęciami z zakresu diagramu Ishikawy.	Potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu diagramu Ishikawy.	Potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu diagramu Ishikawy oraz rozwiązać wybrany problem w oparciu o diagram Ishikawy.
Efekt 2	Nie potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu diagramu Pareto-Lorenza.	Zna wybraną terminologię z zakresu diagramu Pareto-Lorenza.	Zna terminy z zakresu diagramu Pareto-Lorenza.	Zna terminy z zakresu diagramu Pareto-Lorenza oraz potrafi rozwiązać wybrany problem.
Efekt 3	Nie potrafi posługiwać się pojęciami z zakresu metody FMEA.	Zna tylko wybrane pojęcia z zakresu metody FMEA.	Zna pojęcia z zakresu metody FMEA.	Zna pojęcia z zakresu metody FMEA oraz potrafi wykonać zadanie na zastosowanie metody FMEA.
Efekt 4	Nie zna teoretycznych podstaw z zakresu metody Servqual.	Zna wybrane terminy z zakresu metody Servqual.	Zna terminologię związaną z metodą Servqual.	Zna terminologię związaną z metodą Servqual oraz potrafi wykonać obliczenia.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Inżynierii Produkcji i Bezpieczeństwa.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	KSZTAŁTOWANIE ŚRODOWISKA I OCHRONA PRZYRODY
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Agnieszka Ociepa-Kubicka
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia podstawowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych zagadnień dotyczących kształtowania środowiska i ochrony przyrody.
- C2. Charakterystyka zanieczyszczeń środowiska oraz wpływ zanieczyszczeń na kształtowanie środowiska.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student potrafi wyjaśnić rodzaje zanieczyszczeń środowiska.
- Student potrafi wyjaśnić jak przeciwdziałać zanieczyszczeniom powietrza, wody, gleby.
- Student prezentuje społeczne, prawne i ekonomiczne aspekty ochrony środowiska.
- Student zna formy ochrony przyrody. Różnorodności biologiczna i krajobrazowa jako główny cel ochrony.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student ma świadomość zagrożeń wynikających z antropogenicznej ingerencji człowieka w środowisko przyrodnicze.
- EU 2 – Student zna możliwości zmniejszenia negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko.
- EU 3 – Student posiada wiedzę z zakresu uregulowań prawnych w zakresie kształtowania środowiska i ochrony przyrody.
- EU 4 – Student na podstawie wiedzy teoretycznej posiada umiejętność rozpoznawania i właściwego interpretowania wieloaspektowych uwarunkowań kształtowania środowiska przyrodniczego z uwzględnieniem ochrony środowiska przyrodniczego.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z kształtowaniem środowiskowym i ochroną środowiska.	1
W 2,3- Globalne zagrożenia środowiska.	2
W 4,5- Prawne aspekty ochrony środowiska. Międzynarodowa współpraca w dziedzinie ochrony przyrody.	2
W 6- Rola miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w kształtowaniu i ochronie środowiska.	1
W 7- Kształtowanie środowiska a odpoczynek w mieście.	1
W 8- Hałas jako zanieczyszczenie środowiska – działania na rzecz obniżania poziomu hałasu.	1
W 9- Rolnictwo ekologiczne w Polsce i na świecie. Wpływ rolnictwa na kształtowanie środowiska.	1
W 10- Geoparki jako forma kształtowania środowiska przyrodniczego zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.	1
W 11- Rekultywacja zdegradowanych terenów.	1
W 12- Gospodarka odpadami w Polsce i na świecie. Innowacyjne metody zagospodarowywania odpadów.	1
W 13,14- Systemy zarządzania środowiskowego (EMAS , ISO 14001).	2
W 15- Świadomość ekologiczna w branży turystycznej.	1
Forma zajęć – Ćwiczenia - 15 godzin	Liczba godzin
Ć 1- Wprowadzenie do przedmiotu przypomnienie terminów wprowadzonych na wykładzie.	1
Ć 2- Analiza aktów prawnych dotycząca kształtowania i ochrony środowiska.	1
Ć 3,4- Formy i metody ochrony przyrody. Zasady funkcjonowania turystyki na terenach prawnie chronionych; Ochrona gatunkowa i ochrona siedlisk.	2
Ć 5- Rola monitoringu środowiska. Biomonitoring.	1
Ć 6,7- Niekorzystne zjawiska związane z zanieczyszczeniami w skali globalnej. Odnawiane źródła energii.	1
Ć 8- Charakterystyka zanieczyszczeń powietrza atmosferycznego w Polsce i na świecie. Nowoczesne metody zapobiegania zanieczyszczeniom.	1
Ć 9,10- Rozwój agroturystyki w ujęciu regionu i kraju.	2
Ć 11,12- Ocena oddziaływania na środowisko wybranych przedsięwzięć. Wdrażanie ekoinnowacji w przedsiębiorstwach turystycznych.	2
Ć 13- Rola opracowań ekofizjograficznych w ochronie środowiska. Analiza przykładowych opracowań ekofizjograficznych.	2
Ć 14- Edukacja ekologiczna w rozwoju współczesnej turystyki.	1
C 15- Test zaliczeniowy z zakresu kształtowania i ochrony środowiska.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Roczniki statystyczne GUS
4. Filmy

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Aktywny udział w ćwiczeniach
P1. Test wiedzy z zakresu kształtowania środowiska i ochrony przyrody

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład, ćwiczenia	15	0,60
Przygotowanie do ćwiczeń	8	0,32
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą	8	0,32
Obecność na konsultacjach	4	0,16
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	50	2,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Symonides E. (2008) Ochrona przyrody, Wyd. Uniwersytet Warszawski, Warszawa.
- Maciejewska A. (2016) Krajobraz w planowaniu przestrzennym, Wydawnictwo Politechniki Warszawskiej, Warszawa.
- Ociepa-Kubicka A. (2015), Ekonomiczne i ekologiczne aspekty zielonych dachów, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej We Wrocławiu, Nr 15, 2.
- Ociepa-Kubicka A., Bachniak K. (2014), Ochrona wartości przyrodniczych a rozwój turystyki, Gospodarka Przestrzenna - Uwarunkowania Terytorialno-Przyrodnicze Zarządzania Rozwojem Regionalnym (Red.) Kielesińska Agata, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.
- Zelga-Szmidla A. Ociepa-Kubicka A. Rozpondek K. (2018), Odpady komunalne w Polsce - Problematyka zarządzania i zagospodarowania, Nr31, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie.
- Ociepa-Kubicka A. (2018), Nowoczesne trendy w projektowaniu zieleni w przestrzeni miejskiej, Innowacyjność i kreatywność w zarządzaniu (Red.) Pachura Piotr, Ociepa-Kubicka Agnieszka, Zelga-Szmidla Anna, Kielesińska Agata.
- Koreleski K., (2009), Problematyka ochrony i kształtowania środowiska w dokumentach służących realizacji zrównoważonego rozwoju gmin, Infrastruktury i Ekologia Terenów Wiejskich, Nr 4 (Dostępny On-Line).
- Ingaldi M., Ociepa-Kubicka A., Seroka- Stolka O. (2016), Proekologiczne Zarządzanie w Przedsiębiorstwie - Współczesne Problemy i Uwarunkowania, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Literatura uzupełniająca:

- Bielska A. Kupidura A. (2013), Kształtowanie przestrzeni na obszarach wiejskich, Wyd. Politechnika Warszawska, Warszawa.
- Kupiec L. (2002) Planowaniu i zagospodarowanie przestrzenne. Gospodarka przestrzenna T5 , Wyd. Uniwersytet Białostocki.
- Ociepa-Kubicka A. (2014), Rola planowania przestrzennego w zarządzaniu ochroną środowiska, Inżynieria i Ochrona Środowiska, 1.
- Ociepa-Kubicka A. (2016), EMAS - a tool supporting eco-innovations, Lap Lambert Academic Publishing.
- Ociepa-Kubicka A. (2013), Pestycydy jako środki zagrażające środowisku, Agrobiznes w rozwoju lokalnym i regionalnym (Red.) Kielesińska Agata, Zelga-Szmidla Anna, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Agnieszka Ociepa-Kubicka; agnieszka.ociepa-kubicka@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, , K_W05, K_W10, K_U02, K_U03, K_K02	C 1, C2	W2,8,12,15 C 3-5, C 8, C11-12	1, 2, 3,4	F1, P1,
EU 2	K_W10, K_U02, K_U04, K_K02, K_K05, K_K06	C1,C2	W8,W11-14 C 3-4,C 6-8	1, 2, 3,4	F1, P1,
EU 3	K_W03, K_W07 K_U05, K_K02	C1, C2	W4-6 C 2, C13	1, 2, 3,	F1,P1,
EU 4	K_W02, K_W05, K_U03, K_U06, , K_K01	C1, C2	W7,8,10 C9-10, C14	1, 2, 3	F1, P1,

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie ma świadomości zagrożeń wynikających z antropogenicznej ingerencji człowieka w środowisko przyrodnicze.	Student posiada znikomą świadomość wpływu działalności człowieka w środowisko przyrodnicze.	Student umie zaprezentować kilka przykładów wpływu działalności człowieka na środowisko.	Student umie zaprezentować wiele przykładów wpływu działalności człowieka na środowisko. Potrafi szczegółowo je analizować.
Efekt 2	Student nie zna możliwości zmniejszenia negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko.	Student zna tylko pojedyncze przykłady zmniejszenia negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko, jednak nie umie ich szczegółowo omówić.	Student potrafi wymieniać oraz opisywać możliwości zmniejszenia negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko.	Student potrafi podać i opisać wiele przykładów zmniejszenia negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko. Podaje najnowsze przykłady z Polski i świata.
Efekt 3	Student nie posiada wiedzy z zakresu uregulowań prawnych w zakresie kształtowania środowiska i ochrony przyrody.	Student umie tylko wymienić tylko kilka aktów prawnych w zakresie kształtowania środowiska i ochrony przyrody.	Student potrafi wymienić najważniejsze akty prawne z zakresu kształtowania środowiska i ochrony przyrody. Posiada umiejętność podania szczegółowych informacji zawartych w aktach prawnych, umie analizować poszczególne artykuły zawarte w ustawach.	Student potrafi wymienić większość aktów prawnych z zakresu kształtowania środowiska i ochrony przyrody. Posiada umiejętność podania szczegółowych informacji zawartych w aktach prawnych, umie analizować poszczególne artykuły zawarte w ustawach porównywać akty prawne.
Efekt 4	Student nie posiada umiejętności rozpoznawania	Student posiada umiejętności rozpoznawania	Student posiada umiejętności rozpoznawania	Student posiada umiejętności rozpoznawania

	i właściwego interpretowania wieloaspektowych uwarunkowań kształtowania środowiska przyrodniczego z uwzględnieniem ochrony środowiska przyrodniczego.	wieloaspektowych uwarunkowań kształtowania środowiska przyrodniczego Jednak nie potrafi właściwie interpretować oraz przedstawić związku kształtowania środowiska przyrodniczego z jego ochroną. Nie potrafi ich omówić.	i właściwego interpretowania wieloaspektowych uwarunkowań kształtowania środowiska przyrodniczego z uwzględnieniem ochrony środowiska przyrodniczego. Potrafi podawać przykłady.	i właściwego interpretowania wieloaspektowych uwarunkowań kształtowania środowiska przyrodniczego z uwzględnieniem ochrony środowiska przyrodniczego. Potrafi podawać przykłady, omawia je, analizuje.
--	---	--	--	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedra Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania.

COURSE GUIDE

<u>Course unit title</u>	MANAGEMENT AND STRATEGIC ANALYSIS OF A TOURISM ORGANISATIONS
<u>Field of study</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Form of study</u>	Full time (stacjonarne)
<u>Level of study</u>	First level
<u>Year</u>	2
<u>Semester</u>	VI
<u>Responsible unit</u>	Department of Marketing
<u>Responsible person</u>	Dr inż. Katarzyna Łazorko
<u>Profile</u>	General academic (ogólnoakademicki)
<u>Type of course</u>	Elective (dodatkowy do wyboru)
<u>Number of ECTS credits</u>	3

TEACHING METHODS – NUMBER OF HOURS PER SEMESTER

<u>Lecture</u>	<u>Classes</u>	<u>Laboratory</u>	<u>Project</u>	<u>Seminar</u>
30	15	-	-	-

COURSE DESCRIPTION

COURSE PURPOSES

- P1. Provide students with basic knowledge on management in tourism.
P2. Moulding skills to use strategic analysis in tourism.

INITIAL REQUIREMENT FOR THE KNOWLEDGE, ABILITIES AND OTHER COMPETENCES

- Students have basic knowledge on functioning of businesses.
Students have basic knowledge on management.
Students can characterize tourist market.

THE EFFECTS OF EDUCATION

- EU 1 – Students can indicate main trends in tourism.
EU 2 – Students know main characteristic of management in tourist organisations.
EU 3 – Students can indicate main competences of managers in different types of tourist organisations.
EU 4 – Students know and can use basic tools of strategic analysis in tourism.

COURSE CONTENT

Teaching method – LECTURE – 30 hours	Number of hours
L1. Basic concepts of tourism. Specification of touristic market. Main trends in tourism.	2
L2. Theory of management. Basic concepts.	2
L3. Management in tourism.	2
L4. Main elements of touristic policy. Its national and international dimensions. Futurecast applied in tourism.	2
L5. Planning in tourism.	2
L6. Strategic analysis process in tourism. Tools for strategic analyses in tourism.	2
L7. Managing innovations in tourism.	2
L8. E-tourism strategies.	2
L9. International strategies in tourism.	4
L10. Managing distribution channels in tourism.	2

L11. Managing informant in tourism.	2
L12,13,14. Roles of managers in tourism organisations. Managing sport facilities. Managing integrated tourism product.	6
L15. Recapitulation.	2
Teaching method – CLASSES – 15 hours	Number of hours
C1. Introduction to the subject. Characteristic of classes. Assignments and requirements.	1
C2,C3. Characteristics of modern tourism. The market. Participants in the market.	2
C4,C5. Management in tourism. Basic concepts.	2
C6,C7. The idea of Area/Destination Life Cycle – examples.	2
C8,C9. The SWOT analyse in tourisms.	2
C10. Value Chain model in tourism.	1
C11. Porter’s 5 forces in tourism.	1
C12,13,14. Managers in tourism – requirements, characteristic of work.	3
C15. Final test.	1

TEACHING TOOLS

1. Books and textbooks
2. Papers and articles in specialist periodic
3. Audiovisual equipment
4. PowerPoint presentation

WAYS OF ASSESSMENT (F – FORMING, P – SUMMARY)

- F1. Group work
P1. Presentations of work in groups
P2. Written descriptive test

STUDENT WORKLOAD

Form of activity	Average number of hours/credits on realization of the activity	
	[h]	[ECTS]
Contact hours with the teacher	45	1,8
Consultation	5	0,18
Preparing to classes and test	9	0,38
Preparing writing tasks	8	0,32
Researching the literature	8	0,32
TOTAL NUMBER OF HOURS / ECTS CREDITS FOR THE COURSE	75	3,00

BASIC AND SUPPLEMENTARY LITERATURE

Basic literature:

D.Teese, Dynamic Capabilities and Strategic Management, Oxford University Press, 2013.
Barney J., Hesterly W., Strategic Management and Competitive Advantage: Concept and Cases, Pearson, 2015.
The Meaning of Tourism and Tourism Services in the V4 Countries pod red. Z.Tuckova, Wyd.Georg, Zilina 2014.

Supplementary literature:

R.Nowacki, Around the Issues of Tourism and History, Politechika Opolska 2011.
K.Łazorko, Sharing as an Aspect of Customer Behaviour of Digital Natives in Poland, Theory, Methodology, Practice, vol.11, 2/2015, s.31-36.

TEACHERS (NAME, SURNAME, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Katarzyna Łazorko, katarzyna.lazorko@wz.pcz.pl

MATRIX OD REALIZATION OF EFFECTS OF EDUCATION

The effects of education	The reference of the effect to the effects defined for the entire program	Course purposes	Course content	Teaching tools	Ways of assessment
EU 1	K_W06, K_W09, K_U01, K_U10, K_K01	1	L1, L7, L8, L9, L10, C2, C3	1,2,3,4	P2
EU 2	K_W01, K_W02, K_U01, K_U10, K_K02	1	L2-L6, C4, C5	1,2,3,4	P2
EU 3	K_W03, K_U03, K_U10, K_K02	1, 2	L10, L12, L13, L14, C12-C14	1,2,3,4	F1, P1, P2
EU 4	K_W01, K_W05, K_W06, K_U04, K_U07, K_U10, K_K01	1, 2	L5, L6, C6-C11	1,2,3,4	F1, P1, P2

ASSESSMENT FORM – DETAILS*

	Grade 2	Grade 3	Grade 4	Grade 5
Effect 1	Students cannot indicate main trends in tourism.	Students can indicate main trends in tourism.	Students can indicate and characterize some main trends in tourism.	Students can indicate and characterize at least a half of trends presented during lectures and classes.
Effect 2	Students don't know main characteristics of management in tourist organisations.	Students know main characteristics of management in tourist organisations.	Students know main characteristics of management in tourist organisations.	Students know all main characteristics of management in tourist organisations.
Effect 3	Students cannot indicate main competences of managers in different types of tourism organisations.	Students can indicate main competences of managers in different types of tourist organisations.	Students can indicate main competences of managers in different types of tourist organisations.	Students can detailly indicate main competences of managers in different types of tourist organisations.
Effect 4	Students do not know basic tools of strategic analysis in tourism.	Students know basic tools of strategic analysis in tourism.	Students know basic tools of strategic analysis in tourism.	Students know basic tools of strategic analysis in tourism.

*description of generic grades

OTHER USEFUL INFORMATION ABOUT THE COURSE

Information where presentation of classes, instruction, subjects of seminars can be found, etc. – the information is given to students during classes, if required sent by e-mail.

Information about the location of the classes – webpage of the Faculty.

Information about the date of the course (day of the week/time) – webpage of the Faculty.

Information about the consultation (time + place) – given to students during first classes, webpage of the Faculty.

COURSE GUIDE

<u>Course unit title</u>	QUALITY IN SPORT
<u>Field of study</u>	Management in Sport and Tourism
<u>Form of study</u>	Full time (stacjonarne)
<u>Level of study</u>	First level
<u>Year</u>	2
<u>Semester</u>	IV
<u>Responsible unit</u>	Department of Production Engineering and Safety
<u>Responsible person</u>	Dr Agata Krukowska-Miler
<u>Profile</u>	General academic
<u>Type of course</u>	Elective (dodatkowy do wyboru)
<u>Number of ECTS credits</u>	3

TEACHING METHODS – NUMBER OF HOURS PER SEMESTER

<u>Lecture</u>	<u>Classes</u>	<u>Laboratory</u>	<u>Project</u>	<u>Seminar</u>
30	15	-	-	-

COURSE DESCRIPTION

COURSE PURPOSES

- C1. Getting to know the basic issues in the field of quality management including elements of improvement.
- C2. Practical use of traditional and new tools and methods in the field of quality management.

INITIAL REQUIREMENT FOR THE KNOWLEDGE, ABILITIES AND OTHER COMPETENCES

Basic knowledge of the course of production processes.
 Knowledge about the functioning of the economy.

THE EFFECTS OF LEARNING

- EL 1 – Student is able to analyse the marketing environment of a sports company.
- EL 2 – Student can create a general concept of marketing strategy for a sports enterprise.
- EL 3 – Student is able to carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.
- EL 4 – Student know and can create the basic elements of marketing mix in sport

COURSE CONTENT

Teaching method – LECTURE – 15 hours	Number of hours
L1 – L2 - Introduction to the subject. Presentation of the basic concepts and terms related to marketing.	2
L3 –L4 - Genesis and evolution of marketing.	2
L5 - L6 - Marketing in sports organizations as opposed to marketing of material products and other types of marketing (non-profit, territorial etc.).	2
L7 – L8 - Presenting specifics of marketing in sport.	2
L9 – L10 – L11 –L12 - Marketing mix for sports organizations.	4
L13 - L14 - Discussing strategic analysis for creating a marketing strategy of a sports organization.	2
L15 – L16 - Characteristics of relationship marketing. Basic concepts.	2

L17 – L18 - The need of applying the principles of relationship marketing in sports organizations.	2
L19 – L20 - The importance of relationships in creating long-term contacts with clients.	2
L21 – L22 – L23 - L24 - The process of creating a customer relationship (CRM) in a sports organization.	4
L25 – L26 - The importance of personnel/people for the implementation of customer orientation in accordance with the principles of relationship marketing.	2
L27 – L28 - Quality in sports organization. Servqual.	2
L29 – L30 - Practical implications of the relationship marketing concept in sport. Summary of lectures.	2
Teachingmethod – CLASSES – 30 hours	Number of hours
C1 - Presenting the timetable, determining tasks to be carried out, providing literature, discussing how to evaluate, etc.	1
C2 - Reminding of marketing concepts and rules, discussion on the specificity of marketing in sports organizations. Notes for the implementation of the assigned tasks.	1
C3 - Discussing marketing mix concept in sports organizations. Division students into groups and starting preparing projects for a sports organization.	1
C4 – C5 - The process of creating a sports product. The quality of sports products and relationship marketing. Discussion of the prepared projects. Group work.	2
C6 - Marketing mix for a sport organization.	1
C7 - The importance of bonds between customers and sports organizations. Creating databases.	1
C8 - The process of creating customer relationships (CRM) for various types of sports organizations. Discussion of the prepared projects. Group work.	1
C9 – C10 - Implementing internal marketing to create personnel capable of implementing relationship marketing. Discussion of the prepared projects. Group work.	2
C11 – C12 A project of testing the quality of services in the context of the implementation of relationship marketing (servqual) for a selected sports organization. Discussion of the presented project. Group work.	2
C13 - General discussion on principles of relationship marketing in sports organizations summarizing the subject matter of the classes.	1
C14 - Test. Presenting projects.	1
C15 - Corrections of tests and projects. Summary of classes. Marks.	1

TEACHING TOOLS

1. Books and textbooks, films, photographs etc.
2. Audiovisual equipment, Internet
3. PowerPoint presentation

WAYS OF ASSESSMENT (F – FORMING, P – SUMMARY)

- P1. Test
F1. Project

STUDENT WORKLOAD

Form of activity	Average number of hours/credits on realization of the activity	
	[h]	[ECTS]
Contact hours with the teacher (lectures, classes)	45	1,8
Consultation	4	0,16
Preparing for classes	12	0,48
Written study	11	0,44
Familiarization with the literature of the subject	3	0,12
TOTAL NUMBER OF HOURS / ECTS CREDITS FOR THE COURSE	75	3,00

BASIC AND SUPPLEMENTARY LITERATURE

Basic literature:

- R. Furtak, *Marketing partnerski na rynku usług*, PWE Warszawa 2005.
- J. Egan, *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing*, Harlow: Pearson Financial Times Prentice Hall, 2011.
- J. Otto, *Marketing relacji*, CH Beck, Warszawa 2004.
- K. Fonfara, *Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2004.
- Marketing w sporcie i turystyce sportowej*, pod red. Klisińskiego J., Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji, Bytom 2009.
- Kotler Ph., *Marketing Management*, Millenium Edition, Prentice-Hall International, Inc., New Jersey 2000.
- Teoria i praktyka marketingu w sporcie i biznesie sportowym*, pod red. Klisińskiego J., Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji, Bytom 2008.
- Waśkowski Z., *Uwarunkowania i sposoby wdrażania orientacji marketingowej w klubach sportowych*, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2007.
- Zarządzanie polskim sportem w gospodarce rynkowej*, pod red. Sojkin B., Waśkowski Z, Wyd. UE w Poznaniu, Poznań 2011.

Supplementary literature:

- Armstrong G., Kotler Ph., *Marketing. Wprowadzenie*, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2012.
- I. Sowier-Kasprzyk, *Zastosowanie wybranych instrumentów marketingu partnerskiego w biurach podróży*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, Szczecin 2012.
- I. Sowier-Kasprzyk, A. Widawska-Stanis, *CRM jako narzędzie budowania relacji z klientami w przedsiębiorstwie usługowym*, Innowacje w marketingu - młodzi o marketingu II. (Konferencja), Sopot 2003.

TEACHERS (NAME, SURNAME, ADRES E-MAIL)

Dr Agata Krukowska-Miler, agata.krukowska-miler@wz.pcz.pl

MATRIX OD REALIZATION OF EFFECTS OF EDUCATION

The effects of learning	The reference of the effect to the effects defined for the entire program	Course purposes	Course content	Teaching tools	Ways of assessment
EL 1	K_W01, K_W03, K_W06, K_U01, K_U05, K_U07, K_K01, K_K04	C1	L1-L14, C1-C6, C14, C15	1, 2, 3	P1, P2
EL 2	K_W02, K_U06, K_K02	C2	L13-L14, C1-C7, C14, C15	1, 2, 3	P1, P2
EL 3	K_W09, K_U06, K_K04	C1, C2	L15-L30, C8-C13, C14, C15	1, 2, 3	P1, P2
EL 4	K_W05, K_U06, K_K03	C1, C2	L21-L28, C8-C12, C15		

ASSESSMENT FORM – DETAILS*

	Grade 2	Grade 3	Grade 4	Grade 5
--	---------	---------	---------	---------

Effect 1	Student cannot analyze the marketing environment of a sports company	Student can poor analyze the marketing environment of a sports company	Student can analyze the marketing environment of a sports company	Student can analyze the marketing environment of a sports company and solve selected problem based on it
Effect 2	Student cannot create a general concept of marketing strategy for a sports enterprise	Student can poorly create a general concept of marketing strategy for a sports enterprise	Student can create a general concept of marketing strategy for a sports enterprise	Student can very good create a general concept of marketing strategy for a sports enterprise
Effect 3	Student cannot carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.	Student can poorly carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.	Student can carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.	Student can very good carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.
Effect 4	Student does not know and cannot create the basic elements of marketing mix in sport	Student know and can create the basic elements of marketing mix in sport (poorly)	Student know and can create the basic elements of marketing mix in sport	Student know and can create the basic elements of marketing mix in sport (very good)

*description of generic grades

OTHER USEFUL INFORMATION ABOUT THE COURSE

Information where presentation of classes, instruction, subjects of seminars can be found, is given to students during classes, if required sent by e-mail.

Information about the location of the classes – webpage of the Faculty.

Information about the date of the course (day of the week/time) – webpage of the Faculty.

Information about the consultation (time + place) – given to students during first classes, webpage of the Faculty, in the information glass-case.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	SYSTEMY INFORMATYCZNE W ZARZĄDZANIU SPORTEM
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	4
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Paula Bajdor, Dr inż. Ilona Pawełoszek
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	-	30	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie roli systemów informatycznych zarządzaniu sportem.
 C2. Przedstawienie rodzajów systemów informatycznych zarządzaniu sportem.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Znajomość obsługi komputera i Internetu.
 Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania w sporcie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student wyjaśnia rolę systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.
 EU 2 – Student zna typologię systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.
 EU 3 – Student wymienia przykłady zastosowania wybranych systemów informatycznych.
 EU 4 – Student posiada praktyczną umiejętność obsługi systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W1- Wprowadzenie do tematyki wykładów, omówienie zaliczenia wykładów na platformie e-elarningowej.	1
W2- Wprowadzenie do tematyki systemów informatycznych, przegląd podstawowych definicji.	1
W3- Cele i rola systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	1
W4- Technologia informacyjna w zarządzaniu sportem, rodzaje i wybrane przykłady.	1
W5- Systemy obsługi biura, ewidencji zawodników, uczestników obozów, treningów, trenerów.	2
W6- Systemy finansowo-księgowe.	1
W7- Systemy ewidencji rankingów zawodniczych w różnych dyscyplinach sportu.	1
W8- Aplikacje wspomagające proces treningowy.	1
W9- Systemy wspomagania procesów fizjologii zawodników, taktyki gry zespołowej.	2

W10- Systemy typu goal-line.	1
W11- Integracja systemów informatycznych.	1
W12- Systemy informatyczne w promocji sportu.	1
W13- Zastosowania sztucznej inteligencji w systemach zarządzania sportem.	1
Forma zajęć – LABORATORIUM – 30 godzin	Liczba godzin
L1- Zajęcia organizacyjne, wyjaśnienie zakresu oraz sposobu zaliczania zajęć, prezentacja platformy e-learningowej, wprowadzenie do tematyki systemów informatycznych.	2
L2- Przykłady systemów informatycznych w zarządzaniu sportem – ogólny przegląd.	2
L3- SAB – systemy automatyzacji biura w zarządzaniu sportem wybrane przykłady.	4
L4- Wybrane przykłady systemów finansowo –księgowych.	4
L5- Funkcje, cele i zadania systemów ewidencji i rankingów zawodniczych.	4
L6- Przegląd wybranych aplikacji wspomagających procesy treningowe grupowe i indywidualne.	4
L7- Systemy wspomagania procesów fizjologii zawodników, taktyki gry zespołowej.	4
L8- Przegląd systemów typu goal-line.	2
L9- Sprawdzenie wiadomości, wystawienie ocen.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Laboratorium komputerowe
2. Sprzęt audiowizualny
3. Platforma e-learningowa

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Quizy z wykładów na platformie e-learningowej
 F2. Ćwiczenia wykonywane podczas laboratoriów
 P1. Sprawdzian wiadomości

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Wykład (w tym platforma e-learningowa)	15	0,6
Laboratorium (w tym platforma e-learningowa)	30	1,2
Przygotowanie do sprawdzianu wiadomości (poza zajęciami)	15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	10	0,4
Obecność na konsultacjach	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Zarządzanie polskim sportem w gospodarce rynkowej / Red. Bogdan Sojkin, Zygmunt Waśkowski. Poznań : Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego, 2011.

Systemy informatyczne w zarządzaniu nowoczesnym klubem sportowym/ Ulfik A., https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/6167/Systemy_informatyczne_w_zarządzaniu_nowoczesnym_klubem_sportowym.pdf;sequence=1

Informatyczne narzędzia pracy menedżera sportu – przegląd rozwiązań, Głowicki P., Cieśliński W. <http://www.dbc.wroc.pl/dlibra/docmetadata?id=38759&from=publication>

Literatura uzupełniająca:

Finanse i marketing w sporcie / pod red. Janusza Klisińskiego. Bytom : WSEiA, 2009.

Zastosowanie marketingowe systemów informatycznych w promocji zawodów żeglarskich/Oleksiak P. http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-6e02c0f8-4c1c-42ae-acb5-9ab8c735ca24/c/Zeszyty-naukowe-38_2014.79-94.pdf

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Paula Bajdor, paula.bajdor@wz.pcz.pl

Dr inż. Ilona Pawełoszek, ilona.paweloszek@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W09, K_U02 K_U04	C1, C2	W1-W4 L2-L8	1,2,3	P1,F1
EU 2	K_W09, K_U02 K_U04	C1, C2	W5-W13 L2-L8	1,2,3	P1,F1
EU 3	K_W09, K_U02 K_U04	C1, C2	W5-W13 L2-L9	1,2,3	P1,F1
EU 4	K_W09, K_U02, K_U04	C1, C2	L1-L15	1,2,3	P1,F1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie umie wyjaśnić roli systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student pobieżnie orientuje się w roli systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student dobrze opisuje rolę systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student dobrze opisuje rolę systemów informatycznych w zarządzaniu sportem i wymienia przykłady.
Efekt 2	Student nie zna typologii systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student słabo orientuje się w rodzajach systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student potrafi opisać typologię systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student potrafi opisać typologię systemów informatycznych w zarządzaniu sportem i podać praktyczne przykłady.
Efekt 3	Student nie umie podać przykładów zastosowania systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student potrafi podać jeden przykład zastosowania systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student szczegółowo podaje co najmniej dwa przykłady zastosowania systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student umie podać wiele przykładów zastosowania systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.
Efekt 4	Student nie potrafi obsługiwać systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student posiada podstawową umiejętność obsługi systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student posiada dobre umiejętności obsługi systemów informatycznych w zarządzaniu sportem.	Student biegle posługuje się systemami informatycznymi w zarządzaniu sportem.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć umieszczone są do pobrania na wskazanej studentom stronie internetowej.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Informatyki ekonomicznej (budynek DS4).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	TECHNIKI KOMPUTEROWE W OBSŁUDZE RUCHU TURYSTYCZNEGO
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie Turystyką i Sportem
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Andrzej Chluski
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie w przedsiębiorstwie turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	-	30	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie możliwości wykorzystania wybranych technik komputerowych w działalności turystycznej.
- C2. Zdobycie umiejętności stosowania zaawansowanych funkcji oprogramowania wspierającego świadczenie usług turystycznych oraz zarządzanie obsługą ruchu turystycznego.
- C3. Prezentacja i wykorzystanie wybranych technologii komputerowych, w tym internetowych, w promocji i zarządzaniu działalnością turystyczną.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Podstawowa wiedza i umiejętności w zakresie usług internetowych.
- Podstawowa znajomość rynku usług turystycznych i sportowych.
- Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, handlu i zarządzania przedsiębiorstwem.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna podstawowe zagadnienia związane z zastosowaniem technologii informatycznych w obsłudze ruchu turystycznego.
- EU 2 – Student w odpowiedni sposób potrafi korzystać z zaawansowanych funkcji oprogramowania biurowego w obsłudze ruchu turystycznego.
- EU 3 – Student stosuje rozwiązania wspomagające promocję działalności turystycznej w Internecie w obsłudze ruchu turystycznego.
- EU 4 – Student potrafi zidentyfikować i zastosować odpowiednie systemy informacyjne wspomagające pracę różnych podmiotów turystycznych oraz określić jej słabe i mocne strony.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W1. Wprowadzenie – system informacyjny, system komputerowy, technologie informacyjne.	1
W2. Obszary zastosowań technologii informacyjnych w obsłudze ruchu turystycznego.	1

W3. Infrastruktura informatyczna przedsiębiorstwa turystycznego (sieci, komputery, serwery, routery, wykorzystanie cloud computing).	1
W4. Systemy wspomagające prace biurowe i obieg dokumentów w firmie obsługi ruchu turystycznego.	1
W5. Transakcyjne systemy informatyczne w firmach turystycznych.	1
W6, W7. Zintegrowane systemy zarządzania klasy ERP/BI w turystyce i hotelarstwie.	2
W8. Wykorzystanie i specyfika systemów klasy CRM w turystyce i hotelarstwie.	1
W9. Wprowadzenie do globalnych systemów rezerwacyjnych.	1
W10. Klasyczne systemy rezerwacyjne CRS/GDS -historia, charakterystyka przykłady.	1
W11. Internetowe systemy rezerwacyjne, charakterystyka przykłady.	1
W12. Wykorzystanie Internetu do analizy rynku i konkurencji w branży turystycznej i hotelarskiej.	1
W13. Wykorzystanie Internetu do promocji firmy turystycznej.	1
W14. Rola mediów społecznościowych i systemów rekomendacyjnych w budowaniu wizerunku i marki firmy turystycznej.	
W15. Nowe formy organizacji działalności turystycznej w erze społeczeństwa informatycznego (organizację wirtualną, telepraca, biznes elektroniczny itp.).	1
Forma zajęć – PROJEKT – 30 godzin	Liczba godzin
L1. Zajęcia organizacyjne. Zapoznanie z programem nauczania i warunkami zaliczenia. Wprowadzenie do systemów informatycznych stosowanych w turystyce. Podział na podgrupy i wybór rodzaju przykładowej Firmy.	2
L2. Charakterystyka wybranej przykładowej firmy turystycznej (misja, wizja, zakres usług i obszar działania, lokalizacja, inwestorzy). Stworzenie ulotki promocyjnej edytor tekstu typu Word i jego możliwości graficzne oraz krótkiej prezentacji multimedialnej.	2
L3. Wykorzystanie korespondencji seryjnej w celach promocji firmy. Stworzenie bazy klientów oraz dedykowana oferta.	2
L4, L5. Zaawansowane funkcje Excela – dodatek Solver do różnych zadań optymalizacji w małej firmie turystycznej.	4
L6, L7. Wykorzystanie makr w Excelu, podstawy programowania w języku VBA Office.	4
L8. Oprogramowanie biurowe w środowisku chmury Google – konto google, dysk google, edytor, arkusz – praca zespołowa na dokumentach online.	2
L9. Automatyzowanie zadań w arkuszach Google – przykłady praktyczne wykorzystania Apps Script.	2
L10. Charakterystyka wybranych systemów rezerwacyjnych CRS/GDS na podstawie dokumentacji oraz ocena możliwości wykorzystania w wybranej Firmie.	2
L11. Charakterystyka wybranych internetowych systemów rezerwacyjnych na podstawie dostępnych danych z Internetu oraz ocena możliwości wykorzystania w wybranej Firmie.	2
L10. Stworzenie prostej strony internetowej o charakterze promocyjnym z wykorzystaniem prostego narzędzia np. sites.google.com (typu ulotka reklamowa w Internecie).	4
L12. Projekt strony internetowej Firmy w postaci specyfikacji wymagań dla profesjonalnego wykonawcy z uwzględnieniem najważniejszych potrzeb Firmy.	2
L13, L14. Specyfikacja potrzeb i wymagań systemu wspomagającego podstawowe procesy obsługi klienta w Firmie – forma graficzna i opisowa.	4
L15. Sporządzenie sprawozdania końcowego, ocena końcowa zrealizowanych zadań.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Prezentacje multimedialne
2. Komputer z dostępem do Internetu, pakiet Office

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena zajęć
- F2. Ocena zajęć
- P1. Całościowa ocena sprawozdań z laboratorium

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, Laboratorium	45	1,8
Przygotowanie sprawozd. końc.(poza zajęciami)		5	0,2
Przygotowanie do ćw. laboratoryjnych poza zajęciami		15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		5	0,2
Obecność na konsultacjach		5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		75	3,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Nowicki A., Jelonek D., Technologie informacyjne w kreowaniu przedsiębiorczości, Wyd. WZ. PCz, 2014.

Panasiuk, A., Marketing w turystyce i rekreacji, Wydaw. Nauk. PWN, Warszawa, 2013, także w ibuk.pl.

Pamula T., Król A., Badania operacyjne w przykładach z rozwiązaniami w EXCELU, Wyd. Politechniki Śląskiej, Gliwice 2013.

Brzozowska, A., Pawełoszek, I., Turek T., Wiedza i technologie informacyjne w zarządzaniu procesami biznesowymi, Wyd. WZ PCz, 2016.

Literatura uzupełniająca:

Molenda M., Regionalny przemysłowy produkt turystyczny, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa, 2015.

Dąbrowska, B., Międzynarodowy biznes turystyczny, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa, 2014.

Demczar J., Wszołkowski E., Przykłady i zadania z technologii informacyjnej. Wydaw. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej, Piła, 2014.

Chluski A. Wybrane przykłady aplikacji, w: Procesy informacyjne w zarządzaniu Nowicki A., Sitarska M. (red.), Wyd. UE Wrocław, 2010.

Nowicki A., red. Komputerowe wspomaganie biznesu: praca zbiorowa, Wydaw. PLACET, Warszawa 2006. Wydaw. HELION, Gliwice, 2015.

travelmarketing.pl/; www.wiadomosciturystyczne.pl/; www.waszaturystyka.pl

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Prof. dr hab. Dorota Jelonek, dorota.jelonek@wz.pcz.pl

Dr inż. Andrzej Chluski, andrzej.chluski@wz.pcz.pl

Dr inż. Tomasz Turek, tomasz.turek@wz.pcz.pl

Dr inż. Ilona Pawełoszek, ilona.paweloszek@wz.pcz.pl

Dr inż. Damian Dziembek, damian.dziembek@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W09, K_W01, K_U01	C1, C3	W1-W15 L1-L14	1, 2	F1, F2, P1
EU 2	K_W09, K_W01, K_U03	C1, C2, C3	W2-W4, L3-L9	1, 2	F1, F2, P1
EU 3	K_W09, K_K05, KU_04	C1, C2, C3	W1-W3, W13, L10-L12	1, 2	F1, F2, P1
EU 4	K_W09, K_W01, K_K05, K_U04	C1, C2, C3	W1-W15, L12-L14	1, 2	F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi podać przykładu zastosowania IT w obsłudze ruchu turystycznego. Student nie zna i nie rozumie istoty technologii i usług internetowych, w związku z tym nie potrafi osadzić na tej płaszczyźnie tematyki sprzedaży usług turystycznych.	Student wymienia pojedyncze aplikacje komputerowe dotyczące usług turystycznych, ale nie potrafi ich scharakteryzować. Student zna podstawowe technologie internetowe (serwisy WWW, aukcje internetowe).	Student zna podstawowe funkcje i możliwości wykorzystania technologii komputerowych w działalności turystycznej. Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach technologii internetowych.	Student zna w szerokim zakresie rozwiązania dotyczące zastosowań IT w obsłudze ruchu turystycznego. Na podstawie posiadanej wiedzy wskazuje rozwiązania stosowane w praktyce działalności i zarządzania świadczeniem usług turystycznych. Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach technologii internetowych.
Efekt 2	Student nie potrafi samodzielnie korzystać z podstawowego oprogramowania wspierającego prace biurowe (z wyjątkiem najprostszych funkcji).	Student potrafi samodzielnie korzystać z podstawowego oprogramowania wspierającego prace biurowe w bardzo ograniczonym zakresie.	Student potrafi samodzielnie korzystać z podstawowego oprogramowania wspierającego prace biurowe z wykorzystaniem zaawansowanych funkcji.	Student nie potrafi samodzielnie korzystać z oprogramowania wspierającego prace biurowe w sposób twórczy i efektywny łącząc możliwości poszczególnych modułów.
Efekt 3	Student nie zna rozwiązań internetowych wspomagających promocję i marketing w Internecie, w związku z tym nie potrafi osadzić na tej płaszczyźnie tematyki obsługi ruchu turystycznego.	Student zna podstawowe rozwiązania internetowe wspomagające promocję i marketing. Na bazie poznanych rozwiązań potrafi wspomagać obsługę ruchu turystycznego.	Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach rozwiązań internetowych wspomagających promocję i marketing. Na bazie poznanych rozwiązań potrafi wspomagać obsługę ruchu turystycznego.	Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach rozwiązań internetowych wspomagających promocję i marketing. Na bazie poznanych rozwiązań potrafi wspomagać obsługę ruchu turystycznego. Na bazie dostępnych źródeł wskazuje rozwiązania stosowane w praktyce.
Efekt 4	Student nie potrafi zidentyfikować i dobrać odpowiednich systemów informacyjnych wspomagających pracę	Student potrafi wymienić nazwy systemów informacyjnych wspomagających pracę podmiotów turystycznych oraz	Student potrafi zidentyfikować i zastosować podstawowe systemy informacyjne wspomagające pracę niektórych	Student potrafi w sposób twórczy i efektywny zidentyfikować i zastosować odpowiednie systemy informacyjne

	podmiotów turystycznych.	podać ich krótką charakterystykę.	podmiotów turystycznych oraz określić jej słabe i mocne strony.	wspomagające pracę różnych podmiotów turystycznych oraz określić jej słabe i mocne strony.
--	--------------------------	-----------------------------------	---	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, materiałami do ćwiczeń itp.

prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania w budynku DS4.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE KADRAMI W TURYSTYCE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Anna Albrychiewicz-Słocińska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i procesami z dziedziny zarządzania kadrami.
 C2. Wprowadzenie, omówienie i przyswojenie przez studentów teoretycznego i praktycznego znaczenia zarządzania kadrami w turystyce.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student posiada wiedzę z zakresu strategicznego zarządzania organizacją.
 Student posiada podstawową wiedzę z zakresu psychologii i socjologii zarządzania.
 Student posiada podstawową wiedzę z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna podstawowe i szczegółowe pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania kadrami.
 EU 2 – Student rozumie i potrafi określić specyfikę zarządzania kadrami w turystyce.
 EU 3 – Student potrafi przedstawić przykłady nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w turystyce.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W1, W2 – Przypomnienie podstawowych pojęć i definicji z zakresu zarządzania kadrami w kontekście zarządzania strategicznego.	2
W3, W4 – Proces kadrowy, jako narzędzie zarządzania kadrami.	2
W5, W6, W7 – Zróżnicowany zakres stanowisk i kompetencji w odniesieniu do realizacji funkcji personalnej w turystyce.	3
W8, W9 – Procesy rekrutacji, selekcji i wprowadzenia do pracy.	2
W10, W11 – Problemy adaptacji społeczno-zawodowej.	2
W12, W13 – Planowanie i zarządzanie kompetencjami w turystyce.	2
W14, W15, W16 – Systemy ocen pracowniczych – kryteria, błędy oceny, techniki i narzędzia oceny.	3
W17, W18 – Rozwój personalny i kształtowanie ścieżek kariery.	2

W19, W20, W21, W22 – Systemy motywacyjne a zarządzanie kadrami w turystyce.	4
W23, W24, W25, W26 – Budowanie spójnych systemów ocen uwzględniających rozwiązania systemów motywacyjnych i zarządzania kompetencjami.	4
W27, W28, W29 – Szkolenie i rozwój personelu.	3
W30 – Podsumowanie zagadnień z zakresu zarządzania kadrami w turystyce.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1 – Omówienie literatury przedmiotu, kryteriów ocen oraz zasad zaliczenia przedmiotu – przygotowania prac zaliczeniowych.	1
C2 – Przygotowanie projektu struktury organizacyjnej.	1
C3, C4, C5, C6 – Konstruowanie profilu stanowiska oraz przygotowywanie opisu stanowiska pracy dla celów projektów w obszarze HR w turystyce.	4
C7, C8, C9, C10 – Konstruowanie arkuszy oceny okresowej dla przykładowych stanowisk pracy związanych z turystyką.	4
C11, C12, C13, C14 – Projektowanie procesu rekrutacji i selekcji personelu w odniesieniu do stanowisk w organizacjach z branży turystycznej.	4
C15, C16, C17, C18 – Wizerunek pracodawcy (Employer Branding). Praca nad projektem kampanii PR pracowniczego.	4
C19, C20, C21, C22 – Budowanie propozycji spójnych systemów wynagrodzenia.	4
C23, C24, C25 – Motywowanie pozapłacowe w organizacjach z branży turystycznej.	3
C26, C27, C28, C29 – programy rozwoju kadr – wykorzystanie nowoczesnych technik szkoleniowych.	4
C30 – Zajęcia zaliczeniowe.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Prezentacje multimedialne
2. Case study – analiza przypadków dotyczących rozwiązań wykorzystywanych przez organizacje branży turystycznej w zakresie zarządzania kadrami
3. Analiza aktów prawnych w zakresie prawa pracy

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Konstruowanie projektów cząstkowych z obszaru zarządzania kadrami w turystyce
P1. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład i Ćwiczenia	60	2,4
Przygotowanie się do ćwiczeń	10	0,4
Przygotowanie się do zaliczenia	24	0,96
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	10	0,4
Obecność na konsultacjach	4	0,16
Przygotowanie do egzaminu	15	0,6
Obecność na egzaminie	2	0,08
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

- Armstrong M., Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi; tł. z ang. Warszawa: Wolters Kluwer Polska Sp. z o. o., 2010.
- Bąk-Grabowska D., Zarządzanie zasobami ludzkimi w warunkach stosowania niestandardowych form zatrudnienia, Monografie i Opracowania (Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu), 2016.
- Król H., Ludwiczynski A., *Zarządzanie Zasobami Ludzkim. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*. PWN. Warszawa 2007, Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck 2005.
- Syrkiewicz-Świłała M., Holeccki T., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia*, Katowice; Śląska Akademia medyczna, 2007.
- Golnau W., Kalinowski M., Litwin J., Zarządzanie zasobami ludzkimi: praca zbiorowa pod red. Wiesława Golnau, Warszawa CeDeWu: Wydawnictwa Fachowe 2012.
- Białas S., Zarządzanie zasobami ludzkimi w otoczeniu międzynarodowym: kulturowe uwarunkowania Warszawa: Wydawnictwa Profesjonalne PWN 2013.
- Armstrong M., Cummins A., Zarządzanie wynagrodzeniami: zestaw narzędzi, tł. z ang. Warszawa: Wolters Kluwer, 2015.
- Czarnecka A., Albrychiewicz-Słocińska A., Gavriła-Paven I., Poor J., Skiba Ł., Challenges in Management of Employees' Ethical Attitudes [w:] Managerial Trends in the Development of Enterprises in Globalization Era (red.) Kosciarova I., Kadekova Z., Slovak University of Agriculture in Nitra, Nitra 2017.
- Czarnecka A., Słocińska A., The Importance of Human Resources Management for New Public Management. Polish Example [w:] Contemporary Issues of Enterprise Management in Poland and Hungary (red.) NOWICKA-SKOWRON M., ILLES C. B., TOZSER J., Szent Istvan University Publishing, Gödöllő 2016.
- Słocińska A., Czarnecka A., Knowledge Sharing as an Indicator of Network Logic [w:] Human Resource Management and Corporate Competitiveness. Ed. C. B. Illes, F. Bylok, A. Dunay, Szent Istvan University Publishing, Gödöllő 2012.
- Czarnecka A., Słocińska A., Staff Training and Improvement as a Factor in Building Human Capital in Organizations [w:] SME's Management in the 21st Century. Challenges and Solutions. (Ed.) C. B. Illes, Publishing Section of the Faculty of Management Częstochowa University of Technology, Częstochowa 2012.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Anna Albrychiewicz-Słocińska, anna.albrychiewicz-slocinska@wz.pcz.pl

Dr inż. Aleksandra Czarnecka, aleksandra.czarnecka@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U08, K_K03, K_K05	C1, C2	W1-W4	1	P1
EU 2	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U08, K_K03, K_K05	C1, C2	W5-W30, C3-C30	1, 2, 3	F1, P1
EU 3	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U08, K_K03, K_K05	C1, C2	W5-W30, C3-C30	1, 2, 3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna głównych pojęć, procesów i narzędzi zarządzania kadrami.	Student posiada częściową wiedzę z zakresu głównych pojęć, procesów i narzędzi zarządzania kadrami.	Student zna główne pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania kadrami.	Student zna podstawowe i szczegółowe pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania kadrami.
Efekt 2	Student nie rozumie specyfiki zarządzania kadrami w turystyce.	Student rozumie i potrafi w sposób wyrywkowy nakreślić specyfikę zarządzania kadrami w turystyce.	Student rozumie specyfikę zarządzania kadrami w turystyce i potrafi ją wyjaśnić w sposób ogólny.	Student rozumie specyfikę zarządzania kadrami w turystyce i potrafi ją przedstawić w odniesieniu do poszczególnych procedur i narzędzi wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w turystyce.
Efekt 3	Student nie potrafi przedstawić przykładów nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w turystyce.	Student potrafi przedstawić przykłady nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w turystyce.	Student potrafi przedstawić wyrywkowe przykłady nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w turystyce.	Student potrafi przedstawić szeroki wachlarz przykładów nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w turystyce.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów” oraz podawane są na pierwszej godzinie zajęć, a także znajdują się w gablocie Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	MARKETING USŁUG SPORTOWO – REKREACYJNYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Sławomir Kowalski
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Poznanie zasad zarządzania marketingiem w przedsiębiorstwach sportowo-rekreacyjnych.
 C2. Poznanie etapów planowania marketingowego w przedsiębiorstwach działających w branży sportowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJ

Studenci znają podstawowe zasady działalności efektywnej ekonomicznie.
 Studenci potrafią wskazać najważniejsze zasady zarządzania organizacją.
 Studenci potrafią określić wpływ sytuacji makroekonomicznej na funkcjonowanie rynków.
 Studenci potrafią wskazać elementy mikrootoczenia i ich oddziaływanie na organizację.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi wskazać zasady zarządzania marketingiem w organizacji sportowo-rekreacyjnej, także uwzględniające założenia marketingu relacji.
 EU 2 – Student potrafi opisać zachowania nabywców na rynku sportowym i rekreacyjnym i elementy na nie wpływające.
 EU 3 – Student potrafi dokonać segmentacji nabywców indywidualnych i instytucjonalnych na rynku sportowym.
 EU 4 – Student potrafi przygotować założenia dotyczące instrumentarium marketingowego dla organizacji sportowo-rekreacyjnej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W1,2- Charakterystyka rynku sportowego: podstawowe podmioty, elementy makro i mikrootoczenia oddziałujące na sektor.	4
W3- Koncepcja zarządzania marketingiem w organizacji usługowej.	2
W4- Etapy planowania działalności marketingowej organizacji sportowej i rekreacyjnej.	2
W5,6- Źródła informacji marketingowej na rynku.	4
W7- Zachowania nabywców indywidualnych na rynku sportowym i rekreacyjnym.	2

W8- Zachowania nabywców instytucjonalnych na rynku sportowym i rekreacyjnym.	2
W9- Segmentacja na rynku usług sportowych i rekreacyjnych.	2
W10- Planowanie usługi sportowej.	2
W11- Strategia dystrybucji usług sportowych. Zasady efektywnej sprzedaży.	2
W12- Zasady zarządzania personelem w organizacji usługowej.	2
W13- Promocja usług.	2
W14- Podstawowe założenia tworzenia strategii marketingu relacji w organizacji sportowej i rekreacyjnej.	2
W15- Podsumowanie zajęć.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C1,2,3- Podstawowa charakterystyka działalności marketingowej – case studies wprowadzające w tematykę.	6
C4- Usługi jako przedmiot działalności marketingowej	2
C5,6- Projektowanie elementów systemu informacji marketingowej dla wybranej organizacji.	4
C7,8- Zachowania nabywców indywidualnych i instytucjonalnych na rynku. Segmentacja nabywców indywidualnych.	4
C9,10,11,12- Planowanie instrumentów marketingu mix dla wybranych organizacji działających na rynku.	8
C13,14- Prezentacja planów działalności marketingowej wybranych organizacji działających na rynku sportowym i rekreacyjnym.	4
C15- Kolokwium zaliczeniowe.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Przewodniki i skrypty
2. Case studies
3. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadanie projektowe (prezentacja zawierająca plan marketingowy)
P1. Kolokwium zaliczeniowe
P2. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, Ćwiczenia	60	2,4
Udział w konsultacjach		4	0,16
Egzamin		5	0,2
Przygotowanie do projektu (poza zajęciami)		25	1,0
Zapoznanie ze wskazaną literaturą		31	1,24
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		125	5,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Kowalski S., *Marketingowe aspekty organizacji imprez sportowo-rekreacyjnych*, Wydawnictwo WZ Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011.
Młodzi o sporcie 2016. Marketing w sporcie. Sport w Marketingu, pod red. naukową Karoliny Nessel, Katedra Zarządzania w Turystyce Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016. Wydawnictwo Difin. Warszawa 2007.
Sznajder A., *Marketing sportu*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2008.

Literatura uzupełniająca:

Mruk H., *Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

Sporek T., *Sponsoring sportu w warunkach globalizacji. Dylematy i wyzwania.* J. Altkorn, Marketing w turystyce, Warszawa 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Sławomir Kowalski, slawomir.kowalski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_U04, K_K01	C1, C2	W 1,2,3,4,14 C 1,2,3,13,14	1,2,3	F1, P1
EU 2	K_W02, K_W04, K_U04, K_U07, K_K02	C1, C2	W 1,2,7, 8 C 7,8	1,3	F1, P1
EU 3	K_W04, K_W09, K_U07, K_U07, K_K02	C2	W 9 C 13,14,7,8	1,2,3	F1, P1
EU 4	K_W09, K_W13, K_W08, K_U09, K_K05	C2	W10-13 C 9-12	1,2,3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi wskazać zasad zarządzania marketingiem w organizacji turystycznej.	Student potrafi wskazać podstawowe zasady zarządzania marketingiem w organizacji turystycznej.	Student potrafi wskazać wszystkie zasady zarządzania marketingiem w organizacji turystycznej.	Student potrafi wskazać zasady zarządzania marketingiem w organizacji turystycznej, także uwzględniające założenia marketingu relacji.
Efekt 2	Student nie potrafi opisać zachowań nabywców indywidualnych na rynku turystycznym.	Student potrafi opisać zachowania nabywców indywidualnych na rynku turystycznym.	Student potrafi opisać zachowania nabywców indywidualnych na rynku turystycznym i podstawowe elementy na nie wpływające.	Student potrafi opisać zachowania nabywców indywidualnych na rynku turystycznym i wszystkie elementy na nie wpływające.
Efekt 3	Student nie potrafi dokonać segmentacji nabywców indywidualnych i instytucjonalnych na rynku turystycznym.	Student potrafi wskazać podstawowe kryteria segmentacji nabywców indywidualnych i instytucjonalnych na rynku turystycznym.	Student potrafi dokonać segmentacji nabywców indywidualnych na rynku turystycznym.	Student potrafi dokonać segmentacji nabywców indywidualnych i instytucjonalnych na rynku turystycznym.

Efekt 4	Student nie potrafi przygotować założeń dotyczących instrumentarium marketingowego dla organizacji turystycznej.	Student potrafi przygotować podstawowe założenia dotyczące instrumentarium marketingowego dla organizacji turystycznej.	Student potrafi przygotować założenia dotyczące instrumentarium marketingowego dla organizacji turystycznej.	Student potrafi przygotować założenia dotyczące instrumentarium marketingowego dla organizacji turystycznej i uzasadnić je w kontekście sytuacji rynkowej organizacji.
---------	--	---	--	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu (w budynku głównym – 3 piętro oraz DS.4).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	PRAWNE ASPEKTY DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Tomasz Odzimek
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych pojęć z zakresu prawa gospodarczego i prowadzenia działalności gospodarczej.
- C2. Wykształcenie w studentach umiejętności analizowania i oceny prawa związanego z prowadzeniem działalności gospodarczej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawowe pojęcia z zakresu prawa gospodarczego.
- Student umie posługiwać się aktami prawnymi.
- Student rozumie przyczyny i skutki występowania zjawisk gospodarczych.
- Student posiada wiedzę ogólną na temat państwa, prawa, podziału władzy.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student posiada wiedzę o systemie i zasadach prawa gospodarczego związanego z prowadzeniem działalności gospodarczej.
- EU 2 – Student zna elementy i zasady stosowania prawa handlowego, prawa pracy, prawa podatkowego w kontekście działalności gospodarczej.
- EU 3 – Student zna zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego w systemie prawa gospodarczego.
- EU 4 – Student posiada umiejętność prezentowania i analizowania praw związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa turystycznego w kraju i za granicą.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1 Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów z zakresu prawa gospodarczego.	1

W2-3 Omówienie aktów prawnych i przepisów dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej związanych z Konstytucją dla biznesu.	2
W4-5 Omówienie przepisów dotyczących zakładania, prowadzenia i likwidacji przedsiębiorstwa w Ustawie Prawo przedsiębiorców.	2
W6-7 Przedstawienie problematyki spółek prawa handlowego jako formy działalności gospodarczej.	2
W8-9 Przedsiębiorstwo turystyczne - cele funkcjonowania. Uwarunkowania prawne prowadzenia przedsiębiorstwa turystycznego.	2
W10-11 Elementy prawa podatkowego w turystyce. Obowiązki podatkowe przedsiębiorstw turystycznych.	2
W12-13 Elementy prawa pracy w turystyce - zatrudnianie pracowników w firmach turystycznych - m.in. rodzaje umów, ustalanie wynagrodzenia pracowników. Wynagrodzenia zatrudnionych pracujących za granicą.	2
W14-15 Międzynarodowe uwarunkowania wykonywania usług turystycznych za granicą, m.in. obowiązek ubezpieczeń usług za granicą.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
C1- Zajęcia organizacyjne, omówienie przedmiotu ćwiczeń, sposobu uzyskania zaliczenia. Przedstawienie tematów prezentacji referatów do wyboru przez studentów.	1
C2-C14 Prezentacje multimedialne obejmujące problematykę prawnych aspektów prowadzenia przedsiębiorstwa turystycznego.	13
C15- Omówienie wyników prezentacji referatów, zaliczenie ćwiczeń.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Krajowe i wspólnotowe akty normatywne

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F. Prezentacja referatów
P. Podsumowanie i ocena prezentacji i referatów.

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład i Ćwiczenia	30	1,2
Przygotowanie się do ćwiczeń	15	0,6
Przygotowanie się do zaliczenia	15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	10	0,4
Obecność na konsultacjach	5	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Rapacz Andrzej, *Przedsiębiorstwo turystyczne*, Dyfin, Warszawa 2008.
Ustawa Prawo przedsiębiorcy.

Literatura uzupełniająca:

Gołębowski Grzegorz, *Przedsiębiorstwo turystyczne: ujęcie statyczne i dynamiczne*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007.
Kodeks spółek handlowych.
Odzimek Tomasz, *Management of Tourism Enterprises in the Face of Development of Tourism in the Economy*, w: red. Ołola I., *Modern Company Management*, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2010.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Tomasz Odzimek, Tomasz.odzimek@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W03, K_W07, K_W12 K_U01, K_U02, K_K01	C1,C2	W1-W15, C2-C14	1, 2, 3	F, P
EU 2	K_W03, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_K01	C1,C2	W1-W15, C2-C14	1, 2, 3	F, P
EU 3	K_W03, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_U07 K_K01	C1,C2	W1-W15, C2-C14	1, 2, 3	F, P
EU 4	K_W03, K_W04, K_W07, K_U08, K_U01, K_U04, K_U06, K_U07, K_K01	C1,C2	C2-C14	1, 2, 3	F, P

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie posiada wiedzy o systemie i zasadach prawa gospodarczego związanego z prowadzenie działalności gospodarczej.	Student posiada podstawową wiedzę o systemie i zasadach prawa gospodarczego związanego z prowadzenie działalności gospodarczej.	Student posiada dużą wiedzę o systemie i zasadach prawa gospodarczego związanego z prowadzenie działalności gospodarczej.	Student posiada bardzo dużą wiedzę o systemie i zasadach prawa gospodarczego związanego z prowadzenie działalności gospodarczej.
Efekt 2	Student nie zna elementów i zasad stosowania prawa handlowego, prawa pracy, prawa podatkowego w kontekście działalności gospodarczej.	Student zna podstawowe elementy i zasady stosowania prawa handlowego, prawa pracy, prawa podatkowego w kontekście działalności gospodarczej.	Student zna dobrze elementy i zasady stosowania prawa handlowego, prawa pracy, prawa podatkowego w kontekście działalności gospodarczej.	Student zna bardzo dobrze elementy i zasady stosowania prawa handlowego, prawa pracy, prawa podatkowego w kontekście działalności gospodarczej.
Efekt 3	Student nie zna zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego w systemie prawa gospodarczego.	Student zna podstawowe zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego w systemie prawa gospodarczego.	Student zna dobrze zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego w systemie prawa gospodarczego.	Student zna bardzo dobrze zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego w systemie prawa gospodarczego.
Efekt 4	Student nie posiada umiejętności prezentowania i analizowania praw związanych z funkcjonowanie przedsiębiorstwa	Student posiada podstawową umiejętność prezentowania i analizowania praw związanych z funkcjonowanie	Student posiada dobrą umiejętność prezentowania i analizowania praw związanych z funkcjonowanie przedsiębiorstwa	Student posiada bardzo dobrą umiejętność prezentowania i analizowania praw związanych z funkcjonowanie

	turystycznego w kraju i za granicą.	przedsiębiorstwa turystycznego w kraju i za granicą.	turystycznego w kraju i za granicą.	przedsiębiorstwa turystycznego w kraju i za granicą.
--	-------------------------------------	--	-------------------------------------	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	FUNKCJONOWANIE JEDNOSTEK POŻYTKU PUBLICZNEGO
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Psychologii, Socjologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Katarzyna Zadros
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami dotyczącymi organizacji, funkcjonowania i zadań jednostek pożytku publicznego.
- C2. Przekazanie studentom wiedzy na temat funkcjonowania i zarządzania instytucjami pożytku publicznego.
- C3. Nabycie przez studentów umiejętności związanych z praktycznym wykorzystaniem wiedzy o funkcjonowaniu jednostek pożytku publicznego w Polsce, Unii Europejskiej i na świecie.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza z zakresu socjologii uzyskana w szkole średniej w trakcie zajęć z wiedzy o społeczeństwie i podstaw przedsiębiorczości.

Umiejętność korzystania ze źródeł literaturowych i internetowych.

Umiejętność współpracy w grupie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student posługuje się pojęciami dotyczącymi organizacji i funkcjonowania instytucji pożytku publicznego.
- EU 2 – Student identyfikuje podstawowe instytucje pożytku publicznego działające w Polsce i Unii Europejskiej i ich zadania.
- EU 3 – Student identyfikuje czynniki wyznaczające prawidłowe i dysfunkcjonalne działania jednostek pożytku publicznego.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1 - Wprowadzenie do przedmiotu - pojęcie jednostki pożytku publicznego (NGO's).	2
W 2 - Rodzaje jednostek pożytku publicznego.	2
W 3 - Prawne i organizacyjne aspekty funkcjonowania NGO's.	2
W 4 - Zadania realizowane przez NGO's.	2
W 5 - Zasady i warunki współpracy organizacji pożytku publicznego z administracją	2

publiczną.	
W 6 - Współpraca merytoryczna NGO's z administracją publiczną.	2
W 7 - Pozyskiwanie i rozliczanie niepublicznych środków finansowych przeznaczanych na działalność w obszarze pożytku publicznego.	2
W 8 - Pozyskiwanie i rozliczanie publicznych środków finansowych przeznaczanych na działalność w obszarze pożytku publicznego.	2
W 9 - Udział organizacji pożytku publicznego w otwartych konkursach ofert.	2
W 10 - Rola NGO's w konsultacjach społecznych.	2
W 11 - Kontrola nad prawidłowością pracy organizacji pożytku publicznego.	2
W 12 - Tworzenie i realizacja kampanii promujących działalność społeczną NGO's.	2
W 13 - Współpraca organizacji pożytku publicznego z mediami i sponsorami.	2
W 14 - Bariery i ograniczenia funkcjonowania NGO's w Polsce.	2
W 15 – Międzynarodowa działalność i współpraca organizacji pożytku publicznego.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
Ćw 1 - Kształcenie umiejętności prawidłowego stosowania pojęć dotyczących jednostek pożytku publicznego.	2
Ćw 2 - Kształcenie podstawowych umiejętności poszukiwania i analizowania aktów prawnych dotyczących funkcjonowania jednostek pożytku publicznego.	2
Ćw 3 - Kształcenie podstawowych umiejętności dotyczących zakładania organizacji pożytku publicznego.	2
Ćw 4 - Kształcenie podstawowych umiejętności w zakresie organizacji pracy jednostek pożytku publicznego.	2
Ćw 5 - Kształcenie podstawowych umiejętności dotyczących zasad i warunków współpracy NGO's z administracją publiczną.	2
Ćw 6 - Kształcenie podstawowych umiejętności dotyczących zasad prowadzenia gospodarki finansowej przez organizacje pożytku publicznego.	2
Ćw 7 - Praktyczne poznanie zasad pracy i działalności społecznej wybranej instytucji pożytku publicznego – spotkanie z prezesem NGO.	4
Ćw 8 - Przygotowanie i przedstawienie prezentacji dotyczącej zakładania własnej organizacji pożytku publicznego – praca w grupach.	4
Ćw 9 - Kształcenie podstawowych umiejętności dotyczących komunikacji organizacji pożytku publicznego z otoczeniem społecznym.	4
Ćw 10 - Przygotowanie i przedstawienie prezentacji dotyczącej kampanii promocyjnej zaprojektowanej NGO's – praca w grupach.	4
Ćw 11 - Sprawdzian zaliczeniowy z przedmiotu.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Kreda i tablica
3. Komputer z dostępem do Internetu oraz projektor
4. Podręczniki i skrypty

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena ćwiczeń wykonywanych przez studentów w trakcie zajęć
F2. Obserwacja pracy studenta, jego zaangażowania i uczestnictwa w dyskusji oraz pracy grupowej
P1. Wystąpienie w oparciu o prezentację multimedialną
P2. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (Wykład, ćwiczenia)	60	2,4
Przygotowanie do ćwiczeń	10	0,4
Przygotowanie do egzaminu	15	0,6
Udział w egzaminie	2	0,08
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	5	0,4
Obecność na konsultacjach	8	0,32
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW GODZIN I ECTS DLA PRZEDMIOTU	100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

A. Wiktorowska-Święcicka, *Ku dialogowi obywatelskiemu w Polsce*, Biblioteka Pożytku Publicznego, Warszawa 2011.

Prawo w NGO, red. A. Szmyt-Boguniewicz, Wyd. Urząd Miasta Wrocławia, Wrocław 2011.

K. Krawczyk, *Mechanizmy współpracy finansowej jednostek samorządu terytorialnego z organizacjami pozarządowymi*, Un. Ekonomiczny, Kraków 2015.

Działalność organizacji non-profit w 2013 roku, (brak autora), GUS, Warszawa 2016.

Literatura uzupełniająca:

Obywatele wobec kryzysu. Uśpieni czy innowatorzy, red. W. Misztal, A. Kościański, G, Chimek, Wyd. IFiS Pan, Warszawa 2015.

A. Rymza, *Zagubione tożsamości?*, Biblioteka Pożytku Publicznego, Warszawa 2013.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Katarzyna Zadros, katarzyna.zadros@wz.pcz.pl

Dr Agata Przewoźna-Krzemińska, agata.przewozna-krzeminska@wz.pcz.pl

MACIERZ EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01 K_W03 K_U02 K_K01 K_K03	C1, C2	W 1-15 Ćw 1-10	1,2,3,4	P1, P2, F2
EU 2	K_W02 K_U03 K_K01 K_K02	C2, C3	W 1-9, 11, 12, 15 Ćw 1-10	2,3,4	P1, P2, F1, F2
EU 3	K_W01 K_U01 K_K01 K_K02	C1, C2, C2	W 1, 2,6,8,9 Ćw 3, 6, 9, 10	2,4	P1, P2, F1, F2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Nie posługuje się pojęciami dotyczącymi organizacji pożytku publicznego.	Posługuje się wybranymi pojęciami dotyczącymi organizacji pożytku publicznego.	Posługuje się pojęciami dotyczącymi organizacji pożytku publicznego.	Posługuje się pojęciami dotyczącymi organizacji pożytku publicznego oraz wykorzystuje je w praktyce.

Efekt 2	Nie identyfikuje, podstawowych instytucji pożytku publicznego w Polsce i UE oraz ich zadań.	Identyfikuje wybrane instytucje pożytku publicznego w Polsce i UE i ich podstawowe zadania.	Identyfikuje instytucje pożytku publicznego w Polsce i UE oraz wskazuje ich zadania.	Identyfikuje instytucje pożytku publicznego w Polsce i UE zna ich zadania oraz umie, wiedzę o nich, wykorzystać w praktyce.
Efekt 3	Nie wymienia, podstawowych zadań realizowanych przez NGO's i ich roli w systemie państwa.	Wymienia, podstawowe zadania realizowane przez NGO's i ich rolę w systemie państwa.	Wymienia, zadania realizowane przez NGO's, ich rolę w systemie państwa oraz efekty ich oddziaływania.	Wymienia, zadania realizowane przez NGO's, ich rolę w systemie państwa oraz efekty ich oddziaływania oraz umie wykorzystać posiadaną wiedzę w praktyce.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału, oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ANALIZA FINANSOWA DZIAŁALNOŚCI TURYSTYCZNEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Rekreacji
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Puto
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-		-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Uzyskanie podstawowej wiedzy na temat sprawozdań finansowych przedsiębiorstw turystycznych z wykorzystaniem metod analizy wskaźnikowej.

C2. Przygotowanie studenta do określenia struktury oraz kształtowania kapitału z wykorzystaniem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna czynniki ekonomiczne warunkujące sprawne funkcjonowanie podmiotu turystycznego na rynku.

Student posiada wiedzę na temat składników bilansu.

Student potrafi wymienić źródła finansowania działalności przedsiębiorstwa turystycznego.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi dokonać analizy wskaźnikowej kondycji finansowej firmy turystycznej.

EU 2 – Student potrafi dokonać analizy sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa turystycznego.

EU 3 – Student potrafi określić strukturę kapitału przedsiębiorstwa turystycznego.

EU 4 – Student potrafi kształtować kapitał z wykorzystaniem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1. Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z analizą finansową.	2
W2. Omówienie procesu analitycznego oraz rodzajów mierników.	2
W3. Zapoznanie z rolą i strukturą sprawozdania finansowego w świetle decyzji zarządczych.	2
W4. Analiza wstępna sprawozdań finansowych.	2
W5. Wykorzystanie metod analizy statystycznej w ocenie składników sprawozdania finansowego.	2

W6. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza płynności finansowej przedsiębiorstw turystycznych.	2
W7. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza rentowności firmy turystycznej.	2
W8. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza zadłużenia firmy turystycznej.	2
W9. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza wspomagania finansowego.	2
W10. Analiza piramidalna.	2
W11. Analiza kosztów i rentowności w przedsiębiorstwie turystycznym.	2
W12. Mierniki efektywności inwestycji.	2
W13. Czynniki wpływające na wielkość sprzedaży w przedsiębiorstwie turystycznym.	2
W14/15. Analiza wyników finansowych przedsiębiorstw turystycznych.	4
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1. Elementy działalności gospodarczej przedsiębiorstw turystycznych.	1
C2. Metody analitycznego postępowania.	1
C3. Charakterystyka sprzedaży przedsiębiorstw turystycznych. Badanie dynamiki i struktury sprzedaży. Analiza sezonowości.	2
C4. Zapoznanie z rolą i strukturą sprawozdania finansowego w świetle decyzji zarządczych.	1
C5. Wykorzystanie metod analizy statystycznej w ocenie składników sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa turystycznego.	2
C6. Ocena płynności finansowej podmiotu i jej wpływ na poziom kapitału pracującego.	2
C7. Badanie stopnia zadłużenia podmiotu oraz jego zdolności do spłaty zobowiązań.	2
C8. Analiza aktywności gospodarczej w ramach dysponowanych zasobów materialnych i intelektualnych podmiotu.	2
C9. Ocena rentowności podmiotu w ujęciu statycznym i dynamicznym.	2
C10. Określenie użyteczności progu rentowności dla działalności przedsiębiorstwa turystycznego oraz prezentacja graficzna.	2
C11. Zastosowanie dźwigni operacyjnej w kształtowaniu zysku ze sprzedaży usług turystycznych.	2
C12. Badanie oddziaływania przychodów i kosztów oraz poziomu sprzedaży na wynik finansowy.	2
C13. Określenie struktury kapitału przedsiębiorstwa turystycznego.	1
C14. Projekt analizy finansowej przedsiębiorstwa turystycznego – student przeprowadzi w zespole wybrane metody analizy finansowej na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa turystycznego. Obliczy poziom wybranych wskaźników ekonomiczno-finansowych wykorzystując do tego niezbędne informacje finansowe zawarte w sprawozdaniach finansowych.	5
C15. Zapoznanie z mechanizmem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.	3

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Podręczniki i skrypty
3. Dokumenty sprawozdawcze – Monitor Polski B

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Poprawność liczenia zadań rachunkowych
- F2. Prezentacja projektu analizy finansowej przedsiębiorstwa turystycznego
- P1. Pisemne kolokwium
- P2. Egzamin pisemny końcowy

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (Wykład, ćwiczenia)	60	2,4
Przygotowanie do egzaminu	10	0,4
Obecność na egzaminie	3	0,12
Przygotowanie do kolokwium z ćwiczeń (poza zajęciami)	20	0,8
Obecność na konsultacjach	10	0,4
Przygotowanie do ćwiczeń	10	0,4
Zapoznanie ze wskazaną literaturą	12	0,48
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Nowak E., Analiza sprawozdań finansowych, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa 2017.
Golej R., Prędkiewicz K., Analiza finansowa przedsiębiorstwa, Marina, Wrocław 2015.
Biczysko W., Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie turystycznym, PWN, Warszawa.
Pomykańska B., Pomykański P., Analiza finansowa przedsiębiorstwa, Wydaw. Nauk. PWN, Warszawa 2007.
Tauber R.D., W.Biczysko W., Gospodarka finansowa przedsiębiorstwa turystycznego, WSZHiG, Poznań, 2009.
Kotowska B., Uziębło A., Wyszkowaka-Kaniewska O., Analiza finansowa w przedsiębiorstwie. Przykłady, zadania i rozwiązania, CeDeWu, Warszawa 2013.
Dudycz I., Analiza finansowa jako narzędzie zarządzania finansami przedsiębiorstwa, Indygo Zahir Media, 2011.
Bławat F., Podstawy analizy ekonomicznej. Teorie, przykłady, zadania, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2011.
Bragg Steven M., Wskaźniki w analizie działalności przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, 2010.

Literatura uzupełniająca:

- Kościelniak H., Controlling działań przedsiębiorczych przedsiębiorstw [w:] Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. Konkurencja, innowacja, koncepcje zarządzania. T.4 (red.) GOSTKOWSKA-DŹWIG Sylwia, MROZIK Magdalena, WWZPCZ, Czestochowa 2015.
Kościelniak H., Analiza czynników określających udział długu w strukturze kapitału spółek akcyjnych działających na polskim rynku kapitałowym [w:] Zarządzanie kapitałem przedsiębiorstwa. Red. nauk. Helena Kościelniak. WPCz, Czestochowa 2008.
Sierpińska M., Jachna T., Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych, PWN, Warszawa 2007.
Monitor Polski – B.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

- Prof. PCz. dr hab. Helena Kościelniak, helena.koscielniak@wz.pcz.pl
Dr inż. Agnieszka Puto, agnieszka.puto@wz.pcz.pl
Dr inż. Katarzyna Brendzel-Skowera, katarzyna.brendzel-skowera@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C1	W1-W14, C1-C15	2,4,3	F1, F2, P1, P2
EU 2	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C1	W1-W14, C1-C15	2,4	F1, F2, P1, P2
EU 3	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C2	W1-W14, C1-C15	2,4	F1, P1, P2
EU 4	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C2	W1-W15, C1-C15	1,4	F1, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi dokonać analizy wskaźnikowej kondycji finansowej podmiotu.	Student potrafi oszacować tylko wskaźniki płynności finansowej oraz zadłużenia przedsiębiorstwa.	Student potrafi oszacować wskaźniki płynności finansowej, zadłużenia oraz rentowności przedsiębiorstwa.	Student potrafi oszacować wskaźniki płynności finansowej, zadłużenia oraz rentowności przedsiębiorstwa i dokonać oceny kondycji finansowej podmiotu na podstawie otrzymanych wyników.
Efekt 2	Student nie potrafi dokonać analizy sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa.	Student analizuje niektóre elementy sprawozdania finansowego, często popełnia błędy.	Student poprawnie analizuje sprawozdanie finansowe przedsiębiorstwa. Nie zawsze wyciąga poprawne wnioski.	Student bezbłędnie dokonuje analizy sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa, potrafi dobrze wnioskować.
Efekt 3	Student nie potrafi poprawnie określić struktury kapitału przedsiębiorstwa.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego oraz obcego.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego i obcego oraz wskazać na zalety i wady ich wykorzystania w działalności przedsiębiorstwa.
Efekt 4	Student nie potrafi kształtować struktury kapitału z wykorzystaniem dźwigni finansowej i operacyjnej.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej oraz potrafi przedstawić jej formę graficzną.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej, potrafi przedstawić jej formę graficzną oraz szacuje stopień dźwigni finansowej.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej, potrafi przedstawić jej formę graficzną, szacuje stopień dźwigni finansowej oraz dźwignie połączone.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej w zakładce Informacje dla studentów/plany zajęć.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się również na stronie internetowej Wydziału Zarządzania i w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem - 3 piętro obok pokoju 310 (budynek główny WZ) oraz w budynku DS.4, II piętro pokój 76-77.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	OBSŁUGA RUCHU TURYSTYCZNEGO
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Judyta Kabus
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Przedstawienie wiedzy na temat zasad obsługi ruchu turystycznego, organizowania i realizowania imprez turystycznych oraz obsługi turystów z punktu widzenia organizatora turystyki i pilota grup turystycznych.

C2. Przedstawienie elementów logistyki w obsłudze ruchu turystycznego w połączeniu z dbałością o jakość obsługi ruchu turystycznego.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania.

Podstawowa znajomość środków i sposobów przemieszczania się.

Podstawowa wiedza z zakresu realizacji przedsięwzięć i projektów turystycznych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student zna regiony i miejsca turystyczne w kraju i za granicą.

EU 2 – Student zna wszystkie dokumenty konieczne podczas organizacji wycieczki.

EU 3 – Student wskazuje środki transportu oraz bazy noclegowo- żywieniowe właściwe ze względu na charakter imprezy turystycznej.

EU 4 – Student potrafi oszacować koszty zależnie od charakteru imprezy turystycznej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1 Wprowadzenie do przedmiotu. Omówienie zasad współpracy na zajęciach. Przedstawienie podstawowych pojęć i definicji z zakresu turystyki i ruchu turystycznego.	1
W 2-3 Regiony turystyczne w Polsce i na świecie. Organizacja krajowych i zagranicznych wyjazdów turystycznych. Obsługa turystów w obiektach bazy noclegowej i żywieniowej.	2
W 4-5 Klasyfikacja ruchu turystycznego. Organizacja ruchu turystycznego w Polsce i na świecie. Metody i techniki obsługi ruchu turystycznego.	2
W 6-7 Krajowy ruch przyjazdowy i wyjazdowy. Transport w turystyce. Dokumenty w obsłudze ruchu turystycznego.	2

W 8-9 Jednostki, organizacje i stowarzyszenia turystyczne- charakterystyka, cele i zadania ich działalności.	2
W 10-11 Formy przedsiębiorstw turystycznych. Zasady działania przedsiębiorstwa turystycznego na rynku. Zasady formułowania strategii działania przedsiębiorstwa turystycznego.	2
W 12-13 Kadra w obsłudze ruchu turystycznego. Rodzaje, zakres uprawnień i obowiązków. Kultura obsługi i etyka zawodowa.	2
W14-15 Informacja IT w turystyce.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
Ć 1-2 Wstęp do przygotowania i realizacji imprez turystycznych.	2
Ć 3-4 Kreowanie produktów turystycznych i ich promocja.	2
Ć 5-6 Doradztwo turystyczne.	2
Ć 7-8 Przygotowywanie podróży służbowych i zarządzanie nimi.	2
Ć 9 Bezpieczeństwo uczestników imprez.	1
Ć 10-11 Baza gastronomiczna i noclegowa.	2
Ć 12 Koszty podróży.	1
Ć 13-15 Przedstawienie i dyskusja nad przygotowanymi prezentacjami zaliczeniowymi.	3

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Foldery biur turystycznych
3. Źródła internetowe

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Obecność na zajęciach
P1. Przygotowanie prezentacji z zaplanowania i organizacji wycieczki krajowej

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	30	1,2
Udział w konsultacjach	4	0,16
Przygotowanie projektu, prezentacji	10	0,4
Przygotowanie do ćwiczeń	15	0,6
Opracowanie pisemne	6	0,24
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Gołembski G. (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, Wydaw. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2008.
Walasek J., *Turystyka w Unii Europejskiej*, Difin, Warszawa 2014.
Gaworecki W., *Turystyka*, Polskie Wydaw. Ekon. Warszawa 2000.
Majewski J., Lane B., *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*, Wydawnictwo Fundacja Edukacja dla Demokracji, Warszawa 2003.
Balińska A., Sieczko A., Zawadka J., *Turystyka: wybrane zagadnienia*, Difin, Warszawa 2014.

Literatura uzupełniająca:

- Kabus J., *Marketing im Tourism*, Ad Alta Vol. 5, 2015, pp. 34-37.
Kabus J., Nowakowska-Grunt J., *Tourism Management as an Element of Contemporary International Relations*, World Scientific News Vol. 68, 2016, pp. 69-76.
Meyer B. (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*, PWN, Warszawa 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Judyta Kabus; judyta.kabus@wz.pcz.pl

Mgr Anna Budzik; anna.budzik@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W06, K_W10, K_U02, K_K01	C1, C2, C3	W1-W5, C1-4	1,2,3,4	F1, P1
EU 2	K_W01, K_W03, K_W06, K_W08, K_W07, K_U01, K_U07, K_K02	C1, C2, C3	W6-W11, W13, C5-8	1,2,3,4	F1, P1
EU 3	K_W07, K_W08, K_W10, K_U05, K_U03, K_U02, K_K05, K_K01	C1, C2, C3	W5,W6-7, W12-W13, C9-12	1,2,3,4	F1, P1
EU 4	K_W05, K_W03, K_W09, K_U06, K_U04, K_K05, K_K02	C1, C2, C3	W2-W3,W8-W9, W14-15, C13-15	1,2,3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zaproponować najczęściej odwiedzanych regionów turystycznych.	Student potrafi zaproponować najczęściej odwiedzane regiony turystyczne w kraju i krótko je scharakteryzować.	Student potrafi zaproponować najczęściej odwiedzane regiony turystyczne w kraju i za granicą i krótko je scharakteryzować.	Student potrafi zaproponować najczęściej odwiedzane regiony turystyczne w kraju i za granicą, wskazując na konkretne miejsca i dokonując głębokiej jego analizy ze względu na atrakcyjność miejsca dla turystów.
Efekt 2	Student nie potrafi wskazać rodzaju wymaganych dokumentów podczas organizacji wycieczki.	Student potrafi wskazać kilka wybranych rodzajów wymaganych dokumentów podczas organizacji wycieczki.	Student potrafi wskazać wszystkie dokumenty konieczne podczas organizacji wycieczki.	Student potrafi wskazać wszystkie dokumenty konieczne podczas organizacji wycieczki i sporządza regulamin wycieczki.
Efekt 3	Student nie potrafi wskazać środka transportu właściwego ze względu na charakter wycieczki.	Student potrafi wskazać przynajmniej jeden środek transportu właściwy ze względu na charakter wycieczki oraz bazę noclegową.	Student potrafi wskazać przynajmniej dwa środki transportu właściwe ze względu na charakter wycieczki oraz bazę noclegowo-żywnościową.	Student potrafi wskazać możliwe środki transportu właściwe ze względu na charakter wycieczki wraz najtańszymi i najdroższymi opcjami noclegów i żywienia.

Efekt 4	Student nie potrafi oszacować kosztów organizacji wycieczki.	Student potrafi oszacować jedynie koszty transportu związane z wycieczką.	Student potrafi oszacować koszty transportu oraz noclegu związane z wycieczką.	Student potrafi oszacować koszty transportu, noclegu oraz żywienia związane z wycieczką.
---------	--	---	--	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć zgodnie z planem: www.zim.pcz.pl/plany.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) zgodnie z planem:

www.zim.pcz.pl/plany.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) znajdują się na stronie internetowej Wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE PROJEKTEM TURYSTYCZNYM
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	2
<u>Semestr</u>	IV
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Katarzyna Brendzel-Skowera
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	-	-	30	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych pojęć z zakresu zarządzania projektami, struktur organizacyjnych wykorzystywanych w zarządzaniu projektami turystycznymi, nowoczesnych instrumentów zarządzania projektami turystycznymi oraz roli zarządzania projektami w zarządzaniu nowoczesnym przedsiębiorstwem turystycznym.

C2. Nabycie przez studentów praktycznych umiejętności w zakresie planowania i zarządzania projektem turystycznym w całym jego cyklu życia wraz z oceną projektu i analizą ryzyka oraz wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi informatycznych w zarządzaniu projektami.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Znajomość podstaw organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem.

Umiejętność sporządzenia sprawozdania z przebiegu realizacji ćwiczeń oraz dokumentacji projektu.

Umiejętność obsługi komputera oraz programów z rodziny MS Office.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania projektami oraz rozumie istotę i rolę projektów w zarządzaniu organizacjami.

EU 2 – Student rozumie zasady zarządzania projektami turystycznymi oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania nimi.

EU 3 – Student posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania projektu turystycznego oraz organizowania wykonawstwa i sterowania projektem turystycznym.

EU 4 – Student posiada umiejętność obsługi Microsoft Project.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1 - Wprowadzenie do przedmiotu. Pojęcie i historia zarządzania projektami. Miejsce i rola projektów w zarządzaniu.	1
W 2 - Istota, cechy i rodzaje projektów.	1
W 3 - Metodologie zarządzania projektami.	1
W 4 - Aspekt instytucjonalny zarządzania projektami (typy organizacji projektowych, struktura organizacyjna przedsiębiorstwa a zarządzanie projektami, relacje między projektami w organizacji, rodzaje organizacji z punktu widzenia roli projektów, dojrzałość projektowa).	1
W 5 - Aspekty funkcjonalne zarządzania projektami (Cykl życia projektu, cykl projektowy, wprowadzenie do faz /etapów/ zarządzania projektem).	1
W 6, W7 - Etapy w zarządzaniu projektami: Inicjowanie i definiowanie projektu, planowanie i organizowanie wykonawstwa, wykonawstwo projektu /sterowanie przebiegiem projektu/, zakończenie projektu, zespół projektowy).	2
W 8, W9 - Planowanie przebiegu i zasobów projektu oraz określanie jego struktury. Metody obrazowania planowanych działań. (wyznaczanie głównych etapów projektu, struktura podziału prac, harmonogram projektu, zakres odpowiedzialności, definiowanie ryzyka, wprowadzanie zmian).	2
W 10 - Ocena projektów.	1
W 11 - Budżetowanie projektów. Źródła finansowania projektów.	1
W 12 - Analiza ryzyka projektów.	1
W 13- Informatyczne narzędzia zarządzania projektami.	1
W 14, W15 - Prezentacja zarządzania projektami na przykładzie praktycznym.	2
Forma zajęć – PROJEKT - 30 godzin	Liczba godzin
P 1 - Wprowadzenie do przedmiotu. Miejsce i rola projektów w zarządzaniu organizacjami. Prezentacja zarządzania projektami na przykładzie praktycznym, case study (rozpoznanie ról i cech poszczególnych interesariuszy projektu, formowanie zespołu projektowego, opracowanie karty projektu dla opisywanego przypadku).	2
P 2 - Zapoznanie z wybranymi projektami prezentowanymi na stronie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego http://www.mapadotacji.gov.pl/ oraz omówienie ich specyfiki. Zapoznanie z wybranymi projektami prezentowanymi w Portalu Fundusze Strukturalne UE dla firm http://www.dotacjeue.org.pl/ oraz omówienie ich specyfiki.	2
P 3 - Informatyczne narzędzia zarządzania projektami - prezentacja programu Microsoft Project 2000 oraz ćwiczenia z zakresu obsługi Programu.	2
P 4 - Przygotowanie karty projektu dla wybranego projektu - praca w grupach.	3
P 5 - Opracowanie struktury projektu (WBS) - praca w grupach.	3
P 6 - Przygotowanie harmonogramu projektu w MS Project oraz przypisanie zasobów. Przygotowanie budżetu projektu. Ocena projektu z wykorzystaniem narzędzi MS Project, bilansowanie zasobów - praca w grupach.	7
P 7 - Ocena efektywności projektu (zadania oraz ocena wybranego projektu w grupach).	2
P 8 - Ocena ryzyka w projekcie (przykłady oraz ocena wybranego projektu w grupach).	2
P 9 - Przygotowanie prezentacji projektu w programie Power Point.	4
P 10 - Prezentacja projektów przygotowywanych przez poszczególne grupy przed studentami oraz osobą prowadzącą zajęcia. Omówienie prezentacji: specyfika projektów wybranych przez studentów, efektywność ekonomiczna, ryzyko, ograniczenia, szanse i zagrożenia, koncepcja wykonania projektu na podstawie przygotowanej dokumentacji.	3

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny/Program MS Project

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

F1. Ocena zadań projektowych oraz ćwiczeń realizowanych w trakcie trwania semestru

P1. Ocena dokumentacji projektu

P2. Ocena całościowa projektu przygotowywanego w grupach na podstawie dokumentacji projektu i jego prezentacji

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład, projekt)	45	1,8
Obecność na konsultacjach	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	50	2,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Wirkus M. (i in.), *Zarządzanie projektem*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2014.

Barker S., Cole R., *Zarządzanie projektem: co dobry szef projektu wie, robi i mówi*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2010.

Kopczewski M., *Alfabet zarządzania Projektami*, Wydawnictwo Helion, Warszawa, 2015.

Literatura uzupełniająca:

Trocki. M. Gruzca, Ogonek K., *Zarządzanie projektami*, PWE, Warszawa, 2009.

Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny: pomysł, organizacja, zarządzanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2010.

Lent B., Brendzel-Skowera K., Kościelniak H., Łukasik K., *Innovative Non-Existent Projects*, The International Conference on Organization and Management. Innovative Management Practices: Challenges & Opportunities in the 21st Century, Abu Dhabi, 2015.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Katarzyna Brendzel-Skowera; katarzyna.brendzel-skowera@wz.pcz.pl

Dr inż. Agnieszka Puto; agnieszka.puto@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_U01, K_K04	C1	W1, W2, W3, P1, P2	1-4	F1, P1
EU 2	K_W02, K_W11, K_U07, K_K02	C1, C2	W4, W5, W13, W14, P1, P2, P3	1-4	F1, P1,
EU 3	K_W11, K_U02, K_K01	C1, C2	W7 – W12, P4 – P10	1-4	F1, P1, P2,
EU 4	K_W05, K_W09, K_U04, K_K02	C2	W13 P3, P6, P10	2,3	F1, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna terminologii z zakresu zarządzania projektami oraz nie potrafi wytłumaczyć istoty i roli projektów w zarządzaniu organizacjami.	Student zna terminologię z zakresu zarządzania projektami oraz w sposób ogólny potrafi wytłumaczyć istotę i rolę projektów w zarządzaniu organizacjami.	Student biegle zna terminologię z zakresu zarządzania projektami oraz potrafi prawidłowo wytłumaczyć istotę i rolę projektów w zarządzaniu organizacjami.	Student zna terminologię z zakresu zarządzania projektami oraz potrafi precyzyjnie wytłumaczyć istotę i rolę projektów w zarządzaniu organizacjami posługując się przykładami.
Efekt 2	Student nie zna zasad zarządzania projektami oraz nie zna nowoczesnych instrumentów zarządzania projektami.	Student zna ogólny zarys zarządzania projektami oraz orientuje się w nowoczesnych instrumentach zarządzania projektami.	Student zna zasady zarządzania projektami oraz dobrze orientuje się w nowoczesnych instrumentach zarządzania projektami.	Student zna ogólny zarys zarządzania projektami oraz orientuje się w nowoczesnych instrumentach zarządzania projektami. Student potrafi opisać główne metodologie zarządzania projektami oraz nowoczesne narzędzia w zarządzaniu projektami opierając się na przykładach.
Efekt 3	Student nie posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania projektu oraz organizowania jego wykonawstwa i sterowania projektem - zarządzanie w całym cyklu życia projektu.	Student posiada ogólne pojęcie nt. definiowania i planowania projektu oraz organizowania jego wykonawstwa o sterowania projektem w czasie całego cyklu życia projektu. Potrafi z pomocą osoby prowadzącej zajęcia sformułować plan projektu oraz omówić kolejne fazy jego cyklu życia.	Student dobrze orientuje się w problematyce definiowania i planowania projektu oraz organizowania jego wykonawstwa o sterowania projektem w czasie całego cyklu życia projektu. Potrafi sformułować plan projektu oraz omówić kolejne fazy jego cyklu życia.	Student dobrze orientuje się w problematyce definiowania i planowania projektu oraz organizowania jego wykonawstwa o sterowania projektem w czasie całego cyklu życia projektu. Potrafi sformułować plan projektu oraz omówić kolejne fazy jego cyklu życia.

Efekt 4	Student nie potrafi obsługiwać programu MS Project.	Student potrafi obsługiwać program MS Project, posiadając się przewodnikiem do ćwiczeń lub podręcznikiem. Student potrafi stworzyć prawidłową kartę projektu oraz zaprezentować ustnie główne założenia opracowywanego przedsięwzięcia.	Potrafi samodzielnie obsługiwać program MS Project. Potrafi sprawnie budować strukturę podziału prac oraz harmonogram projektu. Student potrafi stworzyć logiczną i zgodną z regułami kartę projektu oraz zaprezentować ustnie, wykorzystując MS Power Point główne założenia opracowywanego przedsięwzięcia.	Potrafi samodzielnie obsługiwać program MS Project. Potrafi sprawnie budować strukturę podziału prac oraz harmonogram projektu. Student potrafi stworzyć logiczną i zgodną z regułami kartę projektu oraz zaprezentować ustnie, wykorzystując MS Power Point główne założenia opracowywanego przedsięwzięcia. Student potrafi sprawnie analizować możliwe do wystąpienia podczas realizacji projektu problemy oraz proponuje sposoby ich neutralizacji. Sprawnie analizuje plan projektu z wykorzystaniem narzędzi udostępnianych przez MS Project.
---------	---	---	---	---

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej w zakładce Plany zajęć.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się również na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem - 3 piętro obok pokoju 310 (budynek główny WZ) a także w budynku DS.4, II piętro pokój 76-77.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE OBIEKTEM SPORTOWYM
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Sławomir Kowalski
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych pojęć z zakresu zarządzania obiektami sportowymi, struktur organizacyjnych wykorzystywanych w zarządzaniu projektami sportowymi, nowoczesnych instrumentów zarządzania obiektami oraz roli zarządzania projektami w zarządzaniu nowoczesnym przedsiębiorstwem turystycznym.

C2. Przekazanie wiedzy i wskazówek umożliwiających nabycie umiejętności w zakresie planowania i zarządzania obiektem sportowym.

C3. Nabycie przez studentów praktycznych umiejętności w zakresie przygotowania projektów dotyczących zarządzania wybranymi obiektami.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Znajomość podstaw organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem.

Umiejętność sporządzenia sprawozdania z przebiegu realizacji ćwiczeń oraz dokumentacji projektu.

Umiejętność obsługi komputera oraz programów z rodziny MS Office.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania obiektami sportowymi oraz rozumie istotę i rolę projektów w zarządzaniu organizacjami.

EU 2 – Student rozumie zasady zarządzania obiektami sportowymi oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania nimi.

EU 3 – Student posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania oraz organizowania wykonawstwa i sterowania.

EU 4 – Student posiada umiejętność wykorzystanie nowoczesnych trendów dla planowania zarządzania obiektem.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W 1 - Wprowadzenie w problematykę zarządzania infrastrukturą turystyczną i sportową.	2
W 2 - Obecne i przyszłe trendy w zakresie funkcjonowania i zarządzania infrastrukturą turystyczną i sportową.	2

W 3 - Metodologie zarządzania projektami Planowanie infrastruktury sportowej (poziomy narodowy, regionalny i lokalny)	2
W 4 - Zarządzanie infrastrukturą turystyczną i sportową (poziomy narodowy, regionalny i lokalny)	2
W 5 - Analiza wykonalności planów zarządzania obiektem	2
W 6 - Badania rynku i rola interesariuszy oraz pomiar funkcjonowania infrastruktury.	2
W 7 - Zrównoważony rozwój a zarządzanie obiektami.	2
W 8 – Podsumowanie zajęć	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
W 1 - Wprowadzenie w problematykę zarządzania infrastrukturą turystyczną i sportową.	2
W 2 - Obecne i przyszłe trendy w zakresie funkcjonowania i zarządzania infrastrukturą turystyczną i sportową. Praca w grupach.	2
W 3 - Metodologie zarządzania projektami Planowanie infrastruktury sportowej (poziomy narodowy, regionalny i lokalny). Przygotowania do projektów.	2
W 4 - Zarządzanie infrastrukturą turystyczną i sportową (poziomy narodowy, regionalny i lokalny). Praca w grupach ćwiczeniowych.	2
W 5 - Analiza wykonalności planów zarządzania obiektem. Analiza porównawcza projektów.	2
W 6 - Badania rynku i rola interesariuszy oraz pomiar funkcjonowania infrastruktury. Praca projektowa.	2
W 7 - Zrównoważony rozwój a zarządzanie obiektami. Dyskusja.	2
W 8 – Podsumowanie zajęć.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Program MS Project
4. Program MS Power Point
5. Tablica
6. Teksty źródłowe/źródła internetowe
7. Formularze/instrukcje do ćwiczeń

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena zadań projektowych oraz ćwiczeń realizowanych w trakcie trwania semestru
F2. Egzamin
P1. Ocena dokumentacji projektu
P2. Ocena całościowa projektu przygotowywanego w grupach na podstawie dokumentacji projektu i jego prezentacji

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład, projekt)	60	2,4
Udział w konsultacjach	25	1,0
Egzamin	5	0,2
Zapoznanie ze wskazaną literaturą	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	100	4,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Kowalski S., *Profesjonalizacja marketingowego zarządzania w klubach sportowych na rynkach lokalnych* *Journal of Education, Health and Sport*, vol 5, 11, 2015, s. 481-491.

Halemba P. 2008. *Współczesne problemy zarządzania sportem i turystyką*. Wydawnictwo AWF, Katowice.

Marketingowe zarządzanie obiektami sportowo-rekreacyjnymi

http://www.awf.poznan.pl/files/administracja/cdkis/marketingowezarzdzenieobektami_szkolenie1.pdf

Literatura uzupełniająca:

Davidson R., Rogers T. *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events*. Elsevier, Oxford 2007.

Grzeganeek-Więcek B., Hadzik A., Kantyka J., Maciąg J.. *Wieloaspektowe zarządzanie organizacjami turystycznymi i sportowymi – nowy podręcznik dla studentów*. Wydawnictwo AWF, Katowice 2011.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Sławomir Kowalski, slawomir.kowalski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_U01, K_U03, K_K01	C1	W1, W2, W3, C1, C2	1, 2, 5, 6, 7	F1, P1
EU 2	K_W04, K_W06, K_U04, K_K02	C1, C2, C3	W4, W5, W13, W14, C1, C2, C3	1, 2, 3, 5, 6, 7	F1, P1
EU 3	K_W07, K_W09, K_U05, K_U07, K_K04	C1, C2	W7-W10, C7-C12	1-7	F1, P1, P2
EU 4	K_W07, K_W09, K_U08, K_U09, K_K05	C2	W13, W14 C10-C14	1,2,3	F1, F2, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania obiektami sportowymi.	Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania obiektami sportowymi w stopniu podstawowym.	Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania obiektami sportowymi oraz rozumie istotę i rolę projektów w zarządzaniu organizacjami.	Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania obiektami sportowymi oraz rozumie istotę i rolę projektów w zarządzaniu organizacjami, a także jest kreatywny w planowaniu.

Efekt 2	Student nie rozumie zasady zarządzania obiektami sportowymi.	Student rozumie ogólne zasady zarządzania obiektami sportowymi oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania nimi.	Student rozumie zasady zarządzania obiektami sportowymi oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania nimi.	Student rozumie zasady zarządzania obiektami sportowymi oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania nimi oraz potrafi je zastosować
Efekt 3	Student nie posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania.	Student posiada podstawowe umiejętności w zakresie definiowania i planowania.	Student posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania oraz organizowania wykonawstwa i sterowania.	Student posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania oraz organizowania wykonawstwa i sterowania oraz potrafi je pokazać.
Efekt 4	Student nie posiada umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów.	Student posiada ogólną umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów dla planowania zarządzania obiektem.	Student posiada dobre umiejętności wykorzystania nowoczesnych trendów dla planowania zarządzania obiektem.	Student posiada umiejętność wykorzystanie nowoczesnych trendów dla planowania zarządzania obiektem oraz potrafi je zaaplikować do zarządzania konkretnym obiektem.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej w zakładce Informacje dla studentów/plany zajęć.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się również na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem - 3 piętro obok pokoju 310 (budynek główny WZ) a także w budynku DS.4, II piętro pokój 76-77.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	LOGISTYKA IMPREZ SPORTOWYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Nicoletta Baskiewicz
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Przekazanie studentom wiedzy z zakresu działań podejmowanych w obszarze logistyki imprez sportowych oraz ich uwarunkowań.

C2. Zapoznanie studentów podmiotami tworzącymi podsystem logistyczny występujący przy koordynacji imprez sportowych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Wiedza z zakresu podstaw zarządzania organizacją, podstaw logistyki oraz zarządzania personelem. Umiejętności pracy samodzielnej i w grupie.

Umiejętność korzystania ze źródeł literaturowych oraz zasobów internetowych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student umie zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych i zna podstawowe elementy zarządzania nimi.

EU 2 – Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych.

EU 3 – Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.

EU 4 – Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁAD - 15 godzin	Liczba godzin
W1. Wprowadzenie do przedmiotu Logistyka imprez sportowych- prezentacja celów, literatury. Miejsce imprez sportowych w klasyfikacji imprez masowych – charakterystyka zjawiska.	1
W2. Definicja terminu logistyka jej obszary i procesy. Historia imprez sportowych. Piramida imprez sportowych w świetle ustawy.	1
W3. Definicja pojęcia logistyka imprez sportowych. Proces zarządzania przepływami materiałów, osób oraz informacji dla zapewnienia odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa i zadowolenia uczestników, a także zapewnienie odpowiedniego poziomu wsparcia dla podmiotów organizacyjnych jako obszar logistyki imprez sportowych.	1

W4. Istota komórki logistycznej - zadania logistyki imprez sportowych. Główne obszary realizacji wsparcia logistycznego w imprezach sportowych.	2
W5/6. Podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych.	2
W7/8. Uwarunkowania działań logistycznych realizowanych w poszczególnych podsystemach logistycznych w ramach imprezy sportowej.	2
W9/10. Identyfikacja, charakterystyka i zadania infrastruktury logistycznej.	2
W11/W12. Impreza sportowa jako projekt. Podstawowe zasady zarządzania projektami.	2
W12/W13. Etapy projektowania imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem aspektów logistycznych.	2
W14. Zagrożenia występujące w logistyce imprez sportowych.	2
W15. Podsumowanie wiadomości.	1
Forma zajęć –ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
Ćw1. Prezentacja zakresu pracy realizowanej na ćwiczeniach. Omówienie warunków zaliczenia.	1
Ćw2. Opracowanie koncepcji imprezy sportowej, identyfikacja elementów składowych imprezy sportowej, omówienie celu imprezy sportowej.	1
Ćw3. Identyfikacja przepisów prawnych odnoszących się do obszaru logistyki.	1
Ćw4/5. Identyfikacja interesariuszy imprezy sportowej oraz identyfikacja ich potrzeb.	2
Ćw6/7/8. Opracowanie projektu podsystemów logistycznych wraz z wyszczególnieniem komórki logistycznej.	3
Ćw9/10. Identyfikacja uwarunkowań techniczno – finansowych.	2
Ćw11/12. identyfikacja uwarunkowań organizacyjno-kulturowych.	2
Ćw13. Zagrożenia występujące w logistyce imprez sportowych.	1
Ćw14/15. Prezentacja projektów.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Formularze, przykłady projektów

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena planu projektu
 F2. Ocena przygotowania projektu
 P1. Prezentacja całego projektu

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	30	1,2
Obecność na konsultacjach	5	0,2
Przygotowanie się do zajęć	20	0,8
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą	20	0,8
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- E. Płaczek, J.W. Jaroszyński, *Rola logistyki w organizowaniu imprez masowych* [w:] Logistyka 2/2012, s. 965-970 (<https://docplayer.pl/18558983-Rola-logistyki-w-organizowaniu-imprez-masowych.html>).
- M. Wincewicz-Bosy, *Infrastruktura logistyczna masowych imprez sportowych na przykładzie pokazów jeździeckich*, [w:] Studia Miejskie, t. 15, 2014, ss. 79-89.

(<http://www.studiamiejskie.uni.opole.pl/wp-content/uploads/2016/04/Infrastruktura-logistyczna-masowych-impresz-sportowych-na-przyk%C5%82adzie-pokaz%C3%B3w-je%C5%BAdzieckich.pdf>)
 A Cizek, E. Ferensztajn-Galardos, K. Wlazło, Logistyczna obsługa imprezy masowej – Air Show; [w:] Organizacja i zarządzanie, Autobusy 6/2017 ss. 1646-1651.

S. Kowalski, A. Zajączkowski, *Logistyka imprezy sportowej na wybranym przykładzie*, [w:] Komplementarność koncepcji zarządzania i logistyki T.2. Metody i narzędzia zarządzania a logistyka w przykładach (red.) Kadłubek Marta, sekcja Wydawnictw wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2014, ss.108-116.

Literatura uzupełniająca:

W. Rydzkowski, Usługi logistyczne, Wydawnictwo Instytutu Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2014.

M. Fertsch, Podstawy logistyki, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Nicoletta Baskiewicz, nicoletta.baskiewicz@wz.pcz.pl

Dr Sławomir Kowalski, slawomir.kowalski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W06, K_W11, K_U01, K_K05	C1, C2	W2-3	1,2,3	F1, F2
EU 2	K_W02, K_U01, K_K05	C1, C2	W4-W8 CW6-CW8	1,2,3	F1, F2, P1
EU 3	K_W02, K_W09, K_W10, K_U02, K_U03, K_U09, K_K05	C1, C2	W11-W13 CW2-CW13	1,2,3	F2, P1
EU 4	K_W01, K_U02, K_U06, K_U09, K_K05	C1, C2	CW2-CW13	3	F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zdefiniować pojęcia logistyka imprez sportowych i nie zna podstawowych elementów zarządzania nimi.	Student potrafi zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych i zna podstawowe elementy zarządzania nimi.	Student potrafi zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych i zna podstawowe elementy zarządzania nimi., potrafi je krótko scharakteryzować	Student potrafi zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych, potrafi podać przykłady i je scharakteryzować. Zna podstawowe elementy zarządzania takimi imprezami, potrafi je krótko scharakteryzować potrafi je scharakteryzować oraz zna podstawowe elementy zarządzania nimi.
Efekt 2	Student nie zna podsystemów logistycznych występujących przy koordynacji imprez sportowych.	Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych.	Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych, potrafi je charakteryzować.	Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych, potrafi je scharakteryzować oraz wskazać zależności pomiędzy nimi.

Efekt 3	Student nie zna etapów projektowania imprez sportowych i nie potrafi przygotować projektu imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.	Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.	Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować ogólny projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.	Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować szczegółowy projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.
Efekt 4	Student nie potrafi pracować ani indywidualnie ani w zespole.	Student potrafi pracować indywidualnie, ale nie potrafi w zespole.	Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole.	Student bardzo dobrze potrafi pracować zarówno indywidualnie, jak i w zespole.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału zgodnie z planem zajęć.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) – j.w.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego (2 piętro)

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	NOWOCZESNE TECHNOLOGIE W TURYSTYCE, HOTELARSTWIE I GASTRONOMII
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informatycznych Systemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Paweł Kobis
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Omówienie podstawowej terminologii związanej z systemami IT w turystyce, hotelarstwie i gastronomii.
- C2. Poznanie nowych technologii wspomagających pracę w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa znajomość obsługi komputera.
Obsługa na poziomie podstawowym systemu operacyjnego MS Windows.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna podstawy budowy i funkcjonowania aplikacji informatycznych do obsługi turystyki, hotelarstwa i gastronomii.
- EU 2 – Student posiada wiedzę teoretyczną i praktyczną w zakresie doboru właściwego oprogramowania i narzędzi IT do pracy w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.
- EU 3 – Student potrafi obsługiwać wybrane oprogramowanie z zakresu turystyki, hotelarstwa i gastronomii.
- EU 4 – Student ma teoretyczną wiedzę z zakresu wdrażania nowoczesnych technologii w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1, W2 – Podstawowe informacje nt. systemów IT w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	2
W3, W4 – Budowa systemów informatycznych obsługujących turystykę, hotelarstwo i gastronomię.	2
W5, W6 – Zasady doboru oprogramowania do określonej wielkości i zakresu działania przedsiębiorstwa z branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	2

W7, W8 – Rozwiązania programowe funkcjonujące w modelu SaaS w chmurze obliczeniowej.	2
W9, W10 – Zasady implementacji rozwiązań informatycznych w podmiotach z branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	2
W11, W12 – Wykorzystanie aplikacji biurowych i bazodanowych funkcjonujących w chmurze obliczeniowej w turystyce, hotelarstwie i gastronomii.	2
W13, W14 – Oprogramowanie CMS – zasady funkcjonowania i obsługi.	2
W15 – Przyszłość systemów informatycznych w turystyce, hotelarstwie i gastronomii.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1, C2 – Zajęcia organizacyjne i wprowadzające do tematyki przedmiotu. Regulamin korzystania z sali komputerowej.	2
C3, C4 – Wprowadzenie do rozwiązań obsługi biurowej w turystyce, hotelarstwie i gastronomii z wykorzystaniem chmury obliczeniowej.	2
C5, C6, C7, C8 – Praca na wybranym oprogramowaniu funkcjonującym w chmurze obliczeniowej, wspierającym podstawowe zadania realizowane w procesie zarządzania informacją w turystyce, hotelarstwie i gastronomii.	3
C9, C10, C11, C12 – Tworzenie bazy klientów z użyciem wybranego oprogramowania bazodanowego.	4
C13, C14 – Tworzenie kwerend w systemie bazodanowym.	2
C15, C16 – Realizacja wybranych metod umieszczania treści w sieci Internet.	2
C17, C18 – Wprowadzenie do obsługi wybranego systemu CMS.	6
C19, C20, C21, C22 – Tworzenie prostych treści informacyjnych i reklamowych w systemie CMS.	3
C23, C24, C25, C26, C27, C28 – Tworzenie za pomocą narzędzia CMS systemu rezerwacyjnego dla klientów.	4
C29, C30 – Zaliczenie przedmiotu.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Komputer osobisty z oprogramowaniem tematycznym

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadania ćwiczeniowe
P1. Prezentacja praktycznych umiejętności wykorzystania oprogramowania do obsługi branży turystyczno-rekreacyjnej

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	45	1,8
Obecność na konsultacjach		4	0,16
Przygotowanie do ćwiczeń (poza zajęciami)		10	0,4
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		11	0,44
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Materiały dostępne on-line wybranego systemu CMS (strona internetowa projektu CMS).
Dokumentacja on-line oprogramowania biurowego (materiały szkoleniowe Google).
Mendrala D., Szeliga M., Access 2010 PL, ćwiczenia praktyczne. Helion, Gliwice 2010.

Literatura uzupełniająca:

Kobis P.: Wirtualizacja zasobów informacyjnych organizacji gospodarczych – era chmury obliczeniowej, Przegląd Organizacji nr 2 (901), s. 34-42, 2015.

Kobis P.: Zarządzanie zasobami informacyjnymi przedsiębiorstw z wykorzystaniem chmur obliczeniowych, Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie, s. 91-100, 2015.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Paweł Kobis, pawel.kobis@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W09, K_U04, K_K02	C1, C2	W1-W8, C3-C28	1,2,3	F1, P1
EU 2	K_W09, K_U04, K_K02	C1, C2	W5, W6, C3-C28	1,2,3	F1, P1
EU 3	K_W09, K_U04, K_K02	C2	W5-W8, W11-W15, C3-C28	1,2,3	F1, P1
EU 4	K_W09, K_U04, K_K02	C2	W9, W10, C3-C28	1,2,3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna podstaw budowy i funkcjonowania aplikacji informatycznych do obsługi turystyki, hotelarstwa i gastronomii.	Student zna na poziomie minimalnym podstawy budowy i funkcjonowania aplikacji informatycznych do obsługi turystyki, hotelarstwa i gastronomii.	Student zna większość podstaw budowy i funkcjonowania aplikacji informatycznych do obsługi turystyki, hotelarstwa i gastronomii.	Student zna podstawy budowy i funkcjonowania aplikacji informatycznych do obsługi turystyki, hotelarstwa i gastronomii.
Efekt 2	Student nie posiada wiedzy teoretycznej i praktycznej w zakresie doboru właściwego oprogramowania i narzędzi IT do pracy w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	Student posiada minimalną wiedzę teoretyczną i praktyczną w zakresie doboru właściwego oprogramowania i narzędzi IT do pracy w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	Student posiada niepełną, ale dużą wiedzę teoretyczną i praktyczną w zakresie doboru właściwego oprogramowania i narzędzi IT do pracy w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	Student posiada wiedzę teoretyczną i praktyczną w zakresie doboru właściwego oprogramowania i narzędzi IT do pracy w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.
Efekt 3	Student nie potrafi obsługiwać żadnych z wybranych oprogramowań z zakresu turystyki, hotelarstwa i gastronomii.	Student potrafi obsługiwać przynajmniej jedno wybrane oprogramowanie z zakresu turystyki, hotelarstwa i gastronomii.	Student potrafi obsługiwać większość z wybranego oprogramowania z zakresu turystyki, hotelarstwa i gastronomii.	Student potrafi obsługiwać wybrane oprogramowanie z zakresu turystyki, hotelarstwa i gastronomii.

Efekt 4	Student nie ma teoretycznej wiedzy z zakresu wdrażania nowoczesnych technologii w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	Student ma teoretyczną wiedzę z zakresu wdrażania przynajmniej jednej z omawianych nowoczesnych technologii w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	Student ma teoretyczną wiedzę z zakresu wdrażania większości omawianych nowoczesnych technologii w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.	Student ma teoretyczną wiedzę z zakresu wdrażania nowoczesnych technologii w branży turystycznej, hotelarskiej i gastronomicznej.
---------	--	--	---	---

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacja gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Informatycznych Systemów Zarządzania (4 piętro).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	OBSŁUGA RUCHU TURYSTYCZNEGO
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Judyta Kabus
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Przedstawienie wiedzy na temat zasad obsługi ruchu turystycznego, organizowania i realizowania imprez turystycznych oraz obsługi turystów z punktu widzenia organizatora turystyki i pilota grup turystycznych.

C2. Przedstawienie elementów logistyki w obsłudze ruchu turystycznego w połączeniu z dbałością o jakość obsługi ruchu turystycznego.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania.

Podstawowa znajomość środków i sposobów przemieszczania się.

Podstawowa wiedza z zakresu realizacji przedsięwzięć i projektów turystycznych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student zna regiony i miejsca turystyczne w kraju i za granicą.

EU 2 – Student zna wszystkie dokumenty konieczne podczas organizacji wycieczki.

EU 3 – Student wskazuje środki transportu oraz bazy noclegowo- żywieniowe właściwe ze względu na charakter imprezy turystycznej.

EU 4 – Student potrafi oszacować koszty zależnie od charakteru imprezy turystycznej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1 Wprowadzenie do przedmiotu. Omówienie zasad współpracy na zajęciach. Przedstawienie podstawowych pojęć i definicji z zakresu turystyki i ruchu turystycznego.	1
W 2-3 Regiony turystyczne w Polsce i na świecie. Organizacja krajowych i zagranicznych wyjazdów turystycznych. Obsługa turystów w obiektach bazy noclegowej i żywieniowej.	2
W 4-5 Klasyfikacja ruchu turystycznego. Organizacja ruchu turystycznego w Polsce i na świecie. Metody i techniki obsługi ruchu turystycznego.	2
W 6-7 Krajowy ruch przyjazdowy i wyjazdowy. Transport w turystyce. Dokumenty w obsłudze ruchu turystycznego.	2

W 8-9 Jednostki, organizacje i stowarzyszenia turystyczne- charakterystyka, cele i zadania ich działalności.	2
W 10-11 Formy przedsiębiorstw turystycznych. Zasady działania przedsiębiorstwa turystycznego na rynku. Zasady formułowania strategii działania przedsiębiorstwa turystycznego.	2
W 12-13 Kadra w obsłudze ruchu turystycznego. Rodzaje, zakres uprawnień i obowiązków. Kultura obsługi i etyka zawodowa.	2
W 14-15 Informacja IT w turystyce.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
Ć 1-2 Wstęp do przygotowania i realizacji imprez turystycznych.	2
Ć 3-4 Kreowanie produktów turystycznych i ich promocja.	2
Ć 5-6 Doradztwo turystyczne.	2
Ć 7-8 Przygotowywanie podróży służbowych i zarządzanie nimi.	2
Ć 9 Bezpieczeństwo uczestników imprez.	1
Ć 10-11 Baza gastronomiczna i noclegowa.	2
Ć 12 Koszty podróży.	1
Ć 13-15 Przedstawienie i dyskusja nad przygotowanymi prezentacjami zaliczeniowymi.	3

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Foldery biur turystycznych
3. Źródła internetowe

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Obecność na zajęciach
P1. Przygotowanie prezentacji z zaplanowania i organizacji wycieczki krajowej

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	30	1,2
Udział w konsultacjach	4	0,16
Przygotowanie projektu, prezentacji	10	0,4
Przygotowanie do ćwiczeń	15	0,6
Opracowanie pisemne	6	0,24
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Gołębowski G. (red.), *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*, Wydaw. Akademii Ekonomicznej, Poznań 2008.
Walasek J., *Turystyka w Unii Europejskiej*, Difin, Warszawa 2014.
Gaworecki W., *Turystyka*, Polskie Wydaw. Ekon. Warszawa 2000.
Majewski J., Lane B., *Turystyka wiejska i rozwój lokalny*, Wydawnictwo Fundacja Edukacja dla Demokracji, Warszawa 2003.
Balińska A., Sieczko A., Zawadka J., *Turystyka: wybrane zagadnienia*, Difin, Warszawa 2014.

Literatura uzupełniająca:

Kabus J., *Marketing im Tourism*, [in:] Ad Alta Vol. 5, 2015, pp. 34-37.

Kabus J., Nowakowska-Grunt J., *Tourism Management as an Element of Contemporary International Relations*, [in:] World Scientific News Vol. 68, 2016, pp.69-76.

Meyer B. (red.), *Obsługa ruchu turystycznego*, PWN, Warszawa 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Judyta Kabus, judyta.kabus@wz.pcz.pl

Mgr Anna Budzik anna.budzik@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W06, K_W10, K_U02, K_K01	C1, C2, C3	W1-5, C1-4	1,2, 3,4	F1, P1
EU 2	K_W01, K_W03, K_W06, K_W07, K_W08, K_U01, K_U07, K_K02	C1, C2, C3	W6-11, W13, C5-8	1,2, 3,4	F1, P1
EU 3	K_W07, K_W08, K_W10, K_U05, K_U03, K_U02, K_K05, K_K01	C1, C2, C3	W5-7, W12-13, C9-12	1,2, 3,4	F1, P1
EU 4	K_W03, K_W05, K_W09, K_U06, K_U04, K_K05, K_K02	C1, C2, C3	W2-W3, W8-9, W14-15, C13-15	1,2, 3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zaproponować najczęściej odwiedzanych regionów turystycznych.	Student potrafi zaproponować najczęściej odwiedzane regiony turystyczne w kraju i krótko je scharakteryzować.	Student potrafi zaproponować najczęściej odwiedzane regiony turystyczne w kraju i za granicą i krótko je scharakteryzować.	Student potrafi zaproponować najczęściej odwiedzane regiony turystyczne w kraju i za granicą, wskazując na konkretne miejsca i dokonując głębokiej jego analizy ze względu na atrakcyjność miejsca dla turystów.
Efekt 2	Student nie potrafi wskazać rodzaju wymaganych dokumentów podczas organizacji wycieczki.	Student potrafi wskazać kilka wybranych rodzajów wymaganych dokumentów podczas organizacji wycieczki.	Student potrafi wskazać wszystkie dokumenty konieczne podczas organizacji wycieczki.	Student potrafi wskazać wszystkie dokumenty konieczne podczas organizacji wycieczki i sporządza regulamin wycieczki.
Efekt 3	Student nie potrafi wskazać środka transportu właściwego ze względu na charakter wycieczki.	Student potrafi wskazać przynajmniej jeden środek transportu właściwy ze względu na charakter wycieczki oraz bazę noclegową.	Student potrafi wskazać przynajmniej dwa środki transportu właściwe ze względu na charakter wycieczki oraz bazę noclegowo-żywnościową.	Student potrafi wskazać możliwe środki transportu właściwe ze względu na charakter wycieczki wraz najtańszymi i najdroższymi opcjami noclegów i żywienia.

Efekt 4	Student nie potrafi oszacować kosztów organizacji wycieczki.	Student potrafi oszacować jedynie koszty transportu związane z wycieczką.	Student potrafi oszacować koszty transportu oraz noclegu związane z wycieczką.	Student potrafi oszacować koszty transportu, noclegu oraz żywienia związane z wycieczką.
---------	--	---	--	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. przekazywane są studentom na pierwszych zajęciach.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie: www.zim.pcz.pl/plany.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie:

www.zim.pcz.pl/plany.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) znajduje się na stronie internetowej Wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ORGANIZACJA CZASU WOLNEGO I WYPOCZYNKU
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Prof. dr hab. Felicjan Byłok
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Kształtowanie umiejętności analitycznego i krytycznego spojrzenia na zjawisko czasu wolnego.
- C2. Zaznajomienie studenta z problematyką organizacji czasu wolnego.
- C3. Przygotowanie studenta do umiejętnego i wartościowego planowania i spędzania czasu wolnego.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna podstawowe teorie rekreacji.

Student potrafi używać podstawowych pojęć służących do opisu i wyjaśnienia procesów w turystyce i rekreacji.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) oraz zarządzania nimi, a także zna podstawowe pojęcia dotyczące istoty, form, zasad i problemów funkcjonowania współczesnych organizacji turystycznych i sportowych.

EU 2 – Student ma wiedzę na temat zasad funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu w globalnej gospodarce, zna fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji.

EU 3 – Student ma wiedzę w zakresie społeczno – kulturowych i przyrodniczych uwarunkowań gospodarki turystycznej oraz diagnozy potrzeb i problemów społecznych w ramach wypoczynku i rekreacji.

EU 4 – Student posiada podstawową wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W1- Definicje i funkcje czasu wolnego, wypoczynku.	1
W2- Czas wolny jako zjawisko społeczno-kulturowe. Teorie i koncepcje czasu wolnego, ich wartość poznawcza i praktyczna.	1
W3- Czas wolny jako dziedzina aktywności człowieka. Miejsce i wartość czasu wolnego w cyklu życia.	1
W4- Zdrowotne, wychowawcze i kulturotwórcze znaczenie czasu wolnego i wypoczynku.	1
W5- Tendencje w rozwoju zjawiska czasu wolnego na przełomie XX i XXI wieku.	1
W6- Formy i wzory zachowań wypoczynkowych różnych grup społecznych, kierunki przemian.	1
W7- Planowanie i organizacja czasu wolnego.	1
W8- Teorie animacji czasu wolnego. Formy, metody i funkcje animacji.	1
W9- Organizacja czasu wolnego i wypoczynku w turystyce – ujęcie, konteksty, praktyczne egzemplifikacje.	2
W10- Organizacja czasu wolnego dla dzieci i młodzieży.	1
W11- Etyczne aspekty spędzania czasu wolnego.	1
W12- Czas wolny jako przedmiot konsumpcji.	1
W13- Popyt na usługi organizacji czasu wolnego i sposoby jego zaspokajania.	
W14- Funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C1- Wyjaśnienie podstawowych pojęć i wprowadzenie w rozwój badań nad problematyką wolnego czasu.	2
C2- Wypoczynek i jego znaczenie w utrzymaniu kondycji fizycznej, psychicznej i społecznej człowieka.	2
C3- Tradycyjne i nowoczesne formy wypoczynku.	2
C4- Formy organizacji czasu wolnego dawniej i współcześnie.	2
C5- Modele i formy spędzania czasu wolnego.	2
C6- Podmioty odpowiedzialne za organizację czasu wolnego.	2
C7- Etapy planowania i organizacji czasu wolnego.	2
C8- Organizacja czasu wolnego dzieci, młodzieży i dorosłych.	2
C9- Organizacja czasu wolnego w rodzinie.	2
C10- Aktywność fizyczna jako forma spędzania czasu wolnego.	2
C11- Hobby a czas wolny.	2
C12- Organizacja czasu wolnego a zdrowie fizyczne i psychiczne człowieka.	2
C13- Nowe formy organizacji czasu wolnego w społeczeństwie konsumpcyjnym.	2
C14- Instytucje i organizacje sportowe i turystyczne w zglobalizowanym świecie.	2
C15- Sprawdzenie wiedzy.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki
2. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ćwiczenia w grupach – aktywność na zajęciach
- F2. Projekty przygotowywane w kilkuosobowych zespołach
- P1. Kolokwium zaliczeniowe
- P2. Ocena z projektu

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	45	1,8
Udział w konsultacjach	5	0,2
Przygotowanie się do ćwiczeń	15	0,6
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN / PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- A. Stuła (red.) Wybrane zagadnienia turystyki i rekreacji w badaniach naukowych, Studia i Monografie, Opole, Oficyna Wydaw. Politechniki Opolskiej, 2015.
J. Mokras-Grabowska, Czas wolny w dobie postmodernizmu, [w:] Folia Touristica, nr 34, 2015; <http://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/handle/11089/13884>.
M. Kwilecka (red.) Bezpośrednie funkcje rekreacji, Wyd. AlmaMer, Warszawa 2006.

Literatura uzupełniająca:

- J. Kędzior, M. Wawrzak Chodaczek (red.) Czas wolny w różnych jego aspektach, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2000.
R. Winiarski (red.) Rekreacja i czas wolny, Wyd. Oficyna Wydawnicza ŁOŚGRAF, Warszawa 2011.
F. Byłok, „Mcturysta” we współczesnym świecie, Marketing i Rynek, R. 22, nr 11, 2015.
A. Karczewska, A Woman and a Man at Work and at Home - the Views of Younger Generation, [w:] New Trends in Management in the 21st Century. Cross Atlantic Perspective, Czestochowa, Proceedings. June 12-13, 2014.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Prof.dr hab. Felicjan Byłok felicjan.bylok@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_U02, K_U06, K_K02	C1,C2	W1-W13, C1-C13	1,2	F1, F2, P1, P2
EU 2	K_W03, K_U03, K_K01	C1,C2	W14, C14	1,2	F1, F2, P1, P2
EU 3	K_W10, K_U03, K_K02	C1,C2	W1-W10, C1-C13	1,2	F1, F2, P1, P2
EU 4	K_W04, K_U02, K_K01	C1,C2	W8-W11, C8-C11	1,2	F1, F2, P1, P2

FORMY OCENY - SZCZEGÓŁY

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Nie ma podstawowej wiedzy o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych).	Ma podstawową wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych).	Ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych).	Ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) oraz potrafi analizować wzajemne związki między strukturami i instytucjami społecznymi.
Efekt 2	Nie ma podstawowej wiedzy na temat zasad funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu w globalnej gospodarce, zna fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji.	Ma podstawową wiedzę na temat zasad funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu w globalnej gospodarce, zna fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji.	Ma rozszerzoną wiedzę na temat zasad funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu w globalnej gospodarce, zna fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji.	Ma rozszerzoną wiedzę na temat zasad funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu w globalnej gospodarce, zna fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji. Potrafi podać przykłady funkcjonowania organizacji i instytucji międzynarodowych w obszarze turystyki i sportu w globalnej gospodarce.
Efekt 3	Student nie posiada podstawowej wiedzy w zakresie społeczno – kulturowych i przyrodniczych uwarunkowań gospodarki turystycznej oraz diagnozy potrzeb i problemów społecznych w ramach wypoczynku i rekreacji w czasie wolnym.	Student posiada podstawową wiedzę w zakresie społeczno – kulturowych i przyrodniczych uwarunkowań gospodarki turystycznej oraz diagnozy potrzeb i problemów społecznych w ramach wypoczynku i rekreacji w czasie wolnym.	Student posiada rozszerzoną wiedzę w zakresie społeczno – kulturowych i przyrodniczych uwarunkowań gospodarki turystycznej oraz diagnozy potrzeb i problemów społecznych w ramach wypoczynku i rekreacji w czasie wolnym.	Student posiada rozszerzoną wiedzę w zakresie społeczno – kulturowych i przyrodniczych uwarunkowań gospodarki turystycznej oraz diagnozy potrzeb i problemów społecznych w ramach wypoczynku i rekreacji. Potrafi diagnozować problemy społeczne w ramach wypoczynku i rekreacji w czasie wolnym.

Efekt 4	Nie posiada podstawowej wiedzy dotyczącej procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.	Posiada podstawową wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.	Posiada rozszerzoną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych.	Posiada rozszerzoną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego, ich prawidłowości i zakłóceń oraz kształtowania więzi społecznych. Potrafi określić bariery zakłócające przebieg procesów komunikowania interpersonalnego.
---------	--	--	---	---

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii i Psychologii Zarządzania (DS4).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	STRATEGIA PROMOCJI ORGANIZACJI SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Anna Niedzielska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Charakterystyka promocji mix i jej narzędzi wykorzystywanych przez organizacje sportowe.
 C2. Zapoznanie z praktycznymi aspektami realizacji polityki promocji mix przez organizacje z branży sportowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student posiada wiedzę z zakresu podstaw zarządzania.
 Student umie wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z funkcjonowaniem organizacji na rynku.
 Student potrafi wyjaśnić na czym polega istota marketingu.
 Student zna procedurę racjonalnie prowadzonej działalności marketingowej.
 Student potrafi wymienić i omówić składowe marketingu mix.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi określić co jest istotą i co składa się na promocyjny mix organizacji sportowych.
 EU 2 – Student potrafi wymienić i omówić wszystkie klasyczne i dodatkowe elementy promocji mix stosowane przez organizacje sportowe.
 EU 3 – Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające wybrany środek promocji mix (podstawowy i dodatkowy) od pozostałych narzędzi promocyjnych stosowanych przez organizacje sportowe.
 EU 4 – Student potrafi zaproponować realizację polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji sportowej w zainicjowanej sytuacji rynkowej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W 1 - Wprowadzenie do przedmiotu. Istota i zasady współczesnego marketingu.	1
W 2 - Proces i struktura marketingowego komunikowania się organizacji z rynkiem.	1
W 3 - Pojęcie, funkcje i składniki promocji mix oraz ich integracja.	1
W 4 - Reklama jako forma promocyjnego oddziaływania na rynek organizacji sportowych.	2

W5 - Promocja sprzedaży jako źródło dodatkowych korzyści dla nabywców oferty organizacji sportowych.	2
W6 - Rola sprzedaży osobistej w budowaniu właściwych relacji z klientem.	1
W7 - Marketing bezpośredni i interaktywny jako element polityki promocyjnej organizacji sportowych.	1
W8 - Promocyjne narzędzia public relations stosowane przez organizacje sportowe.	2
W9 - Przygotowywanie, realizacja i kontrola efektów kampanii promocyjnych organizacji sportowych.	2
W10 - Praktyczne zastosowanie promocyjnego mix w działalności organizacji sportowych.	1
W11 - Wpływ trendów i zmian w skali makrootoczenia na charakter działań promocyjnych organizacji sportowych.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1 - Zajęcia wprowadzające. Prezentacja reguł uzyskania zaliczenia. Geneza i ewolucja marketingu.	2
C2 - Modele komunikacji – ćwiczenie w zespołach.	2
C3 - Zintegrowana komunikacja marketingowa – ćwiczenie w zespołach.	2
C4 - Strategie i techniki reklamy – jej formy i środki na rynku organizacji sportowych – ćwiczenie w zespołach.	6
C5 - Promocja sprzedaży jako źródło dodatkowych korzyści dla nabywców oferty organizacji sportowych – ćwiczenie w grupach.	2
C6 - Rola sprzedaży osobistej w budowaniu właściwych relacji z klientem – studium przypadku.	2
C7 - Wykorzystanie marketingu bezpośredniego i interaktywnego w polityce promocyjnej organizacji sportowych – ćwiczenie w zespołach.	2
C8 - Znaczenie public relations w strategii promocji organizacji sportowych – studium przypadku.	2
C9 - Synergia i integracja instrumentów promocji mix – ćwiczenie w zespołach.	4
C10 - Prezentacja prac zaliczeniowych.	4
C11 - Podsumowanie zajęć oraz wystawienie ocen.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Książki, podręczniki, artykuły w specjalistycznych czasopismach
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej
5. Filmy, prezentacje zdjęciowe, materiały pochodzące z praktyk marketingowych przedsiębiorstw

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ćwiczenia w grupach – aktywność na zajęciach
 F2. Projekty przygotowywane w kilkuosobowych zespołach
 P1. Kolokwium zaliczeniowe

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	45	1,8
Przygotowanie do ćwiczeń		15	0,6
Przygotowanie do kolokwium		5	0,2
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		5	0,2
Obecność na konsultacjach		5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		75	3,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Pabian A., *Promocja. Nowoczesne środki i formy*, Wyd. Difin, Warszawa 2008.

Panasiuk A., *Marketing w turystyce i rekreacji*, PWN, Warszawa 2013.

Kruczek Z., Walas B., *Promocja i informacja w turystyce*, Proksenia, Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca:

Gębarowski M., *Nowoczesne formy promocji*, Oficyna Wydaw. Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2007.

Marczak M., Boguszewicz-Kreft M., *Promocja usług*, CeDeWu, Warszawa 2015.

Wiktor J.W., *Promocja: system komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem*, PWN, Warszawa 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Anna Niedzielska, anna.niedzielska@wz.pcz.pl

Dr inż. Joanna Pikula-Malachowska, joanna.pikula-malachowska@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W04, K_W11, K_U01, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	W1-W3, W11, Ć1-Ć3, Ć10-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, P1
EU 2	K_W01, K_W11, K_U01, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	W4-W8, Ć4-Ć8, Ć10-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, P1
EU 3	K_W01, K_W11, K_U01, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	W4-W8, Ć4-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, P1
EU 4	K_W01, K_W03, K_W11, K_U01, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K05	C1, C2	W9-W11, Ć9-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi określić co jest istotą promocji organizacji sportowych.	Student potrafi określić co jest istotą promocji organizacji sportowych.	Student potrafi określić co jest istotą promocji organizacji sportowych i co składa się na promocyjny mix takich podmiotów.	Student potrafi określić co jest istotą promocji organizacji sportowych i co składa się na promocyjny mix takich podmiotów na wybranych przykładach.
Efekt 2	Student nie potrafi wymienić i omówić klasycznych elementów promocji mix stosowanych przez organizacje sportowe.	Student potrafi wymienić i omówić klasyczne elementy promocji mix stosowane przez organizacje sportowe.	Student potrafi wymienić i omówić klasyczne i dodatkowe elementy promocji mix stosowane przez organizacje sportowe.	Student potrafi wymienić i omówić klasyczne i dodatkowe elementy promocji mix stosowane przez organizacje sportowe na wybranych przykładach.

Efekt 3	Student nie potrafi wskazać i omówić cech odróżniających wybrany środek promocji mix (podstawowy i dodatkowy) od pozostałych narzędzi promocyjnych stosowanych przez organizacje sportowe.	Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające klasyczne narzędzia promocji mix od pozostałych stosowanych przez organizacje sportowe.	Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające dodatkowe instrumenty promocji mix od pozostałych stosowanych przez organizacje sportowe.	Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające wybrany środek promocji mix (podstawowy i dodatkowy) od pozostałych narzędzi promocyjnych stosowanych przez organizacje sportowe na wybranych przykładach.
Efekt 4	Student nie potrafi przedstawić i omówić przykładu działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji sportowej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli.	Student potrafi przedstawić i omówić przykład działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji sportowej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli, posiłkując się notatkami i wykazując słabą interakcję z treściami ujętymi w pracy zaliczeniowej.	Student potrafi przedstawić i omówić przykład działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji sportowej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli, wykazując silną interakcję z treściami ujętymi w pracy zaliczeniowej, ale posiłkując się notatkami.	Student potrafi przedstawić i omówić przykład działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji sportowej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli, wykazując silną interakcję z treściami ujętymi w pracy zaliczeniowej i nie korzystając z notatek.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do zadań itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsc) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz na drzwiach pokoju pracowników Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ŻYWIENIE CZŁOWIEKA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Inżynierii Produkcji i Bezpieczeństwa
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Aleksandra Zyska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przekazanie wiedzy o podstawowych zagadnieniach dotyczących żywienia człowieka.
 C2. Przekazanie wiedzy na temat metodologii badań oraz ustaleń dotyczących zaleceń żywieniowych dla całej populacji.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna podstawowe terminy i budowę układu pokarmowego człowieka.
 Student posiada podstawy wiedzy z chemii organicznej i nieorganicznej.
 Student interpretuje rysunki i schematy, plansze budowy układu pokarmowego współdziała i komunikuje się w pracy zespołowej.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student posiada wiedzę teoretyczną o podstawowych składnikach odżywczych i produktach żywnościowych oraz procesach trawienia i wchłaniania.
 EU 2 – Student potrafi dopasować odpowiednią dietę do wieku, płci, stanu fizjologicznego.
 EU 3 – Student potrafi określić i wyliczyć podstawową i całkowitą przemianę materii.
 EU 4 – Student potrafi określić, dopasować oraz zinterpretować odpowiednie metody oceny stanu odżywiania.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1 – Wprowadzenie do przedmiotu. Edukacja żywieniowa.	1
W2 – Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z odżywianiem i żywieniem.	1
W3 – Sytuacja żywnościowa i żywieniowa na świecie i w Polsce.	1
W4 – Podział produktów żywnościowych. Rodzaje żywności.	1
W5 – Definicje i normy wykorzystywane do planowania i oceny żywienia, wyżywienia i odżywiania jednostek i grup.	1
W6 – Czynniki ryzyka chorób mających związek ze stylem życia i odżywianiem.	1

W7 – Podstawowe składniki odżywcze – budowa, charakterystyka i funkcje węglowodanów.	1
W8 – Podstawowe składniki odżywcze – budowa, charakterystyka i funkcje białek.	1
W9 – Podstawowe składniki odżywcze – budowa, charakterystyka i funkcje Tłuszczów prostych.	1
W10 – Podstawowe składniki odżywcze – budowa, charakterystyka i funkcje tłuszczów złożonych i witamin.	1
W11 – Prawidłowe żywienie człowieka, suplementy diety i żywność wzbogacona.	1
W12,13,14 – Ogólna charakterystyka diet objętych systemem dietetycznym.	3
W15– Zatrucia pokarmowe.	1
Forma zajęć - ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
Ćw.1 – Procesy energetyczne i gospodarka wodna w organizmie.	2
Ćw.2 – Podstawowa przemiana materii i ponadpodstawowa przemiana materii.	2
Ćw.3 – Składniki odżywcze i ich znaczenie w żywieniu.	2
Ćw.4 – Ocena organoleptyczna produktów żywnościowych.	2
Ćw.5 – Trawienie, wchłanianie i metabolizm węglowodanów.	2
Ćw.6 – Trawienie, wchłanianie i metabolizm tłuszczów.	2
Ćw.7 – Trawienie, wchłanianie i metabolizm białek.	2
Ćw.8 – Podział produktów spożywczych. Piramidy żywienia.	2
Ćw.9 – Metody oceny stanu odżywiania – wywiad żywieniowy, badania lekarskie.	2
Ćw.10,11 – Badania antropometryczne – określenie makroskopowych i fizjologicznych parametrów antropometrycznych. Analiza danych osobistych i grupowych.	4
Ćw.12 – Analiza najpopularniejszych diet alternatywnych.	2
Ćw.13 – Diety w różnych ośrodkach wypoczynkowych i rekreacyjnych.	2
Ćw.14 – Kolokwium podsumowujące.	2
Ćw.15 – Podsumowanie semestru, możliwość poprawy kolokwium.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Plansze
3. Tablice
4. Sprzet audiowizualny
5. Analizator masy składu ciała

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Referat
F2. Dyskusja dydaktyczna
P1. Kolokwium zaliczeniowe

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem	45	1,8
Udział w konsultacjach	5	0,2
Przygotowanie się do kolokwium	15	0,6
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Ciborowska H., *Dietetyka, żywienie zdrowego i chorego człowieka*. Warszawa: Wyd. PZWL 2014.
Gawęcki J., *Żywienie człowieka. Podstawy nauki o żywieniu człowieka Tom 1*. Wyd. PWN Warszawa 2010.
Gawęcki J., Hryniewiecki L., *Żywienie człowieka. T. 1 i 2*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2007.

Literatura uzupełniająca:

Predko J., Zyska A., *Przebieg i bezpieczeństwo diety wegetariańskiej u kobiet w okresie ciąży i połogu*, [w:] *Problemy profilaktyki i bezpieczeństwa zdrowotnego* (red.) Ślęzak A., Bryll A., Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2018.
Zyska A., Skoczek – Bednarska B., *Ryzyko niedoboru składników odżywczych w diecie bezglutenowej*, [w:] *Prawne i niematerialne aspekty bezpieczeństwa* (red.) Niciejewska M., Lewandowski J., Oficyna Wydawnicza Stowarzyszenia Menedżerów Jakości i Produkcji, Częstochowa 2017.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Aleksandra Zyska, aleksandra.zyska@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_U08, K_K05,	C1	W1-15, Ćw.1-8,	1,4,5	F2, P1
EU 2	K_W02, K_U08, K_K05,	C1, C2	W2, W11-14, Ćw.12,13	1,2,3	F1, F2, P1, P2
EU 3	K_W02, K_U08, K_K05,	C2	W5,6, W11-14, Ćw 1-14	1,4,5	P1, P2
EU 4	K_W02, K_U08, K_K05,	C1, C2	W6, Ćw.9-11	1,2,3,4,5,6	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi wymienić podstawowych składników odżywczych i produktów żywnościowych. Nie potrafi przedstawić zasad trawienia i wchłaniania.	Student potrafi wymienić kilka podstawowych składników odżywcze i produktów żywnościowych. Wie, w jakich odcinkach układu pokarmowego zachodzi trawienie i wchłanianie wybranego składnika odżywczego.	Student potrafi wymienić wszystkie podstawowe składniki odżywcze i produkty żywnościowe bez ich omówienia. Wymienia enzymy uczestniczące w trawieniu składników odżywczych, oraz wie, gdzie zachodzi proces wchłaniania poszczególnych składników.	Student potrafi wymienić i scharakteryzować wszystkie podstawowe składniki odżywcze i produkty żywnościowe oraz wyjaśnia ich wpływ na zdrowie człowieka. Zna mechanizmy trawienia i wchłaniania wszystkich składników odżywczych.

Efekt 2	Student nie potrafi dopasować odpowiedniej diety do wieku, płci, stanu fizjologicznego.	Student zna kilka podstawowych diet i potrafi dopasować je do wieku i płci.	Student przedstawia wszystkie podstawowe diety i potrafi je dopasować do wieku, płci i stanu zdrowia.	Student przedstawia wszystkie podstawowe diety. Potrafi skomponować odpowiednie zalecenia dietetyczne dla wybranej grupy ludzi.
Efekt 3	Student nie potrafi określić i wyliczyć podstawowej i całkowitej przemiany materii.	Student potrafi wyjaśnić od czego zależy PPM i zna metody kalorymetryczne.	Student potrafi wyjaśnić od czego zależy PPM i CPM zna metody kalorymetryczne, oraz równoważniki energetyczne i współczynniki aktywności fizycznej.	Student potrafi wyjaśnić od czego zależy PPM i CPM. Potrafi obliczyć PPM i CPM. Zna metody kalorymetryczne, oraz równoważniki energetyczne i współczynniki aktywności fizycznej. Potrafi ustalić ilość składników pokarmowych w dziennej racji.
Efekt 4	Student nie potrafi określić, dopasować oraz zinterpretować odpowiednich metod oceny stanu odżywiania.	Student potrafi określić odpowiednie metody oceny stanu odżywiania.	Student nie potrafi określić i dopasować odpowiednie metod oceny stanu odżywiania.	Student potrafi określić, dopasować oraz zinterpretować odpowiednich metod oceny stanu odżywiania.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz znajdują się w gablocie informacyjnej Katedry Inżynierii Produkcji i Bezpieczeństwa.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	SEMINARIUM DYPLOMOWE I
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
-	-	-	-	15

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Zapoznanie studentów z podstawami i wymogami prawnymi oraz z zasadami redakcyjnego przygotowania prac dyplomowych.

C2. Zapoznanie studentów z zasadami przygotowania części teoretycznej pracy dyplomowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student powinien posiadać wiedzę z zakresu obranego kierunku i specjalności, których ma dotyczyć planowana praca dyplomowa.

Student posiada umiejętność analizy, doboru i gromadzenia informacji na potrzeby pracy dyplomowej oraz analizy stanu wiedzy dotyczącej podjętego tematu.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Dyplomant potrafi sformułować cele pracy i sporządzić jej plan.

EU 2 – Dyplomant potrafi dokonać doboru i analizy literatury na potrzeby realizowanej pracy dyplomowej.

EU 3 – Dyplomant potrafi dokonać analizy stanu wiedzy dotyczącej podjętego tematu na bazie studiów literaturowych.

EU 4 – Dyplomant potrafi zredagować podstawowe części pracy dyplomowej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – SEMINARIUM - 15 godzin	Liczba godzin
S1 – Podstawy prawne realizacji prac dyplomowych.	2
S2 – Wybór tematu pracy dyplomowej.	2
S3 – Fazy realizacji pracy dyplomowej.	1
S4 – Rola promotora w procesie sporządzania pracy dyplomowej.	1
S5 – Struktura treści pracy dyplomowej.	1
S6 – Przygotowanie części teoretycznej pracy dyplomowej.	1
S7 – Rodzaje piśmiennictwa i sporządzanie przypisów.	2
S8 – Gromadzenie i selekcja materiałów oraz informacji dla potrzeb analizy stanu wiedzy	2

w zakresie podjętego tematu.	
S9 – Przygotowanie strony tytułowej, spisu treści, wstępu, zakończenia, wykazu literatury, spisu tabel, rysunków, fotografii.	2
S10 – Formy i rodzaje załączników.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Sprawdzenie planu pracy dyplomowej jej części teoretycznej
P1. Ocena prezentacji na temat stopnia zaawansowania pracy dyplomowej – część teoretyczna wraz z merytorycznym zakresem

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Seminarium	15	0,6
Przygotowanie prezentacji		15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		10	0,4
Obecność na konsultacjach		10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		50	2,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Praca magisterska-licencjat: krótki przewodnik po metodologii pisania i obrony pracy dyplomowej, R. Zenderowski, CeDeWu Wydaw. Fachowe, Warszawa 2015.

Metodyka studiowania, red. nauk. A. Andrzejczak, Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2014.

Jak pisać pracę licencjacką lub magisterską: poradnik dla studentów, B. Stoczewska, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2013.

Literatura uzupełniająca:

Metodyka wykonywania inżynierskich i magisterskich prac dyplomowych, T. Rawa, Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2012.

Jak pisać pracę magisterską? Poradnik dla studentów Węglińska M., Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2016.

Rozprawy naukowe, praca zbiorowa pod red. Z. Kłosa, Wydaw. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2011.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis, agnieszka.widawska-stanis@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W05, K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C1, C2,	S1-S3, S5	1, 2, 3, 4	F1, P1
EU 2	K_W01, K_W02, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U05, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C1, C2	S1, S6, S8	1, 2, 3, 4	F1, P1
EU 3	K_W01, K_W02, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U05, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C1, C2	S2, S6-S8, S10	1, 2, 3, 4	F1, P1
EU 4	K_W01, K_W02, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U05, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C1, C2,	S4-S6, S9,	1, 2, 3, 4,	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Dyplomant nie potrafi sformułować celów pracy i sporządzić jej planu.	Dyplomant potrafi sformułować cele pracy, ale nie potrafi sporządzić jej planu.	Dyplomant potrafi sformułować cele pracy i sporządzić jej plan.	Dyplomant w sposób właściwy potrafi sformułować cele pracy i sporządzić jej plan w odniesieniu do konkretnego przykładu i konkretnej branży.
Efekt 2	Dyplomant potrafi dokonać doboru i analizy literatury na potrzeby realizowanej pracy dyplomowej.	Dyplomant potrafi dokonać doboru i analizy literatury na potrzeby realizowanej pracy dyplomowej.	Dyplomant potrafi dokonać doboru i analizy literatury na potrzeby realizowanej pracy dyplomowej.	Dyplomant potrafi dokonać doboru i analizy literatury na potrzeby realizowanej pracy dyplomowej.
Efekt 3	Dyplomant nie potrafi dokonać analizy stanu wiedzy dotyczącej podjętego tematu na bazie studiów literaturowych.	Dyplomant potrafi dokonać analizy stanu wiedzy dotyczącej podjętego tematu na bazie studiów literaturowych.	Dyplomant potrafi w sposób podstawowy dokonać analizy stanu wiedzy dotyczącej podjętego tematu na bazie studiów literaturowych.	Dyplomant potrafi dokonać analizy stanu wiedzy dotyczącej podjętego tematu na bazie studiów literaturowych i odnieść posiadaną wiedzę do konkretnych przykładów.

Efekt 4	Dyplomant nie potrafi zredagować podstawowych części pracy dyplomowej.	Dyplomant częściowo potrafi zredagować podstawowe części pracy dyplomowej.	Dyplomant potrafi zredagować podstawowe części pracy dyplomowej.	Dyplomant potrafi zredagować podstawowe części pracy dyplomowej proponując własne rozwiązania, stawiając tezy i w sposób kreatywny dążyć do kontynuacji rozważań w części praktycznej pracy.
---------	--	--	--	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do zadań itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsc) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz na drzwiach pokoiów poszczególnych pracowników Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ANALIZA STRATEGICZNA ORGANIZACJI SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Studia pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr hab. inż. Paweł Nowodziński, prof. PCz
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przekazanie wiedzy z zakresu analizy strategicznej współczesnego przedsiębiorstwa.
 C2. Przekazanie wiedzy o funkcjonowaniu otoczenia współczesnego przedsiębiorstwa turystycznego i jego wpływie na proces konstruowania strategii.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawowe pojęcia z zakresu nauki o przedsiębiorstwie.
 Student dysponuje podstawową wiedzą z zakresu zarządzania organizacjami.
 Student zna techniki twórczego rozwiązywania problemów.
 Student potrafi rozwiązywać zadania typu *case study* (studia przypadków).
 Student posiada umiejętności w zakresie prezentacji i uczestnictwa w merytorycznej dyskusji.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi scharakteryzować i zidentyfikować główne cechy przedsiębiorstwa turystycznego.
 EU 2 – Student potrafi zidentyfikować i ocenić wpływ otoczenia przedsiębiorstwa na jego funkcjonowanie.
 EU 3 – Student zna elementy składające się proces analizy strategicznej przedsiębiorstwa.
 EU 4 – Student potrafi samodzielnie dokonać analizy strategicznej przedsiębiorstwa z uwzględnieniem specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W1,W2 - Pojęcie, cele analizy strategicznej przedsiębiorstwa.	4
W3 - Elementy składowe procesu analizy strategicznej firmy.	2
W4, W5 - Misja i wizja przedsiębiorstwa turystycznego.	4
W6 - Analiza otoczenia bliższego w kontekście założeń strategicznych.	2
W7 - Analiza makrootoczenia - metoda delficka i scenariuszowa.	2
W8 - Analiza SWOT – heurystyczna technika analityczna.	2

W9 - Analiza sektorowa z uwzględnieniem specyfiki branży turystycznej.	2
W10, W11 - Analiza pozycji konkurencyjnej metodą 5 sił M.E. Portera – analiza strukturalna sektora przedsiębiorstw turystycznych.	4
W12 - Schemat oceny atrakcyjności sektora. Ocena punktowa.	2
W13 - Bilans strategiczny zasobów przedsiębiorstwa.	2
W14, W15 - Projektowanie strategii z uwzględnieniem specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego.	4
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
CW 1 - Zajęcia organizacyjne, omówienie przewodnika po przedmiocie: cel, program zajęć oraz zasady zaliczania ćwiczeń. Omówienie zasad rozwiązywania studium przypadków i prezentowania wyników.	2
CW 2 - Omówienie i zaprezentowanie przykładowych wariantów analiz strategicznych na przykładzie analiz strategicznych wybranych Spółek z branży turystycznej notowanych na WGPW.	2
CW 3 - Zasady tworzenia wizji i misji przedsiębiorstwa z uwzględnieniem specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	2
CW 4 – Analiza otoczenia bliższego w kontekście założeń strategicznych. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	2
CW 5 - Analiza makrootoczenia - metoda delficka i scenariuszowa. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	2
CW 6, CW7 - Analiza SWOT – heurystyczna technika analityczna. Praca na studium przypadku wybranych przedsiębiorstw branży turystycznej. Omówienie wyników i dyskusja.	4
CW 8 - Analiza sektorowa. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	2
CW 9 - Analiza pozycji konkurencyjnej metodą 5 sił M.E. Portera – analiza strukturalna sektora turystycznego z uwzględnieniem kilku funkcjonujących podsektorów. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	4
CW 10 - Schemat oceny atrakcyjności sektora. Ocena punktowa. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	2
CW 11, CW 12 – Bilans strategiczny zasobów przedsiębiorstwa z uwzględnieniem specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	4
CW 13, CW 14 – Projektowanie strategii z uwzględnieniem specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego. Praca na studium przypadku. Omówienie wyników i dyskusja.	4
CW 15 – Podsumowanie pracy studentów. Ocena końcowa.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Studia przypadków przygotowane przez prowadzącego.

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena przygotowania zadań typu *case study*
- F2. Prezentacja wykonanych zadań
- F3. Aktywność podczas dyskusji podsumowujących
- P2. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punkty na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład i Ćwiczenia	60	2,4
Przygotowanie się do ćwiczeń		15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		15	0,6
Obecność na konsultacjach		10	0,4
Przygotowanie do egzaminu		22	0,88
Obecność na egzaminie		3	0,12
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- G. Gierszewska, M. Romanowska, Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa 2017.
M. Romanowska, Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2017.
Pierścionek Z., Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa 2007.
P. Nowodziński, Zarządzanie strategiczne we współczesnym przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2013.
J. Batorski, Instrumenty zarządzania kryzysowego w przedsiębiorstwie turystycznym. Perspektywa organizacyjnego uczenia się, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2013.

Literatura uzupełniająca:

- M. Bednarczyk (red.), Przedsiębiorczość w turystyce. Zasady i praktyka, Wyd. CeDeWu, Warszawa, 2010.
W. Biczysko, Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie turystycznym, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
R.M. Grant, Contemporary Strategy Analysis. Concepts, Techniques, Applications, wydanie dostępne on-line.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr hab. inż. Paweł Nowodziński, prof. PCz, pawel.nowodzinski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_U01, K_K01, K_K02	C1	W1-W6 CW1-CW6	1, 2, 3, 4	F1-F3 P1-P2
EU 2	K_W01, K_U01, K_U02, K_K01, K_K02	C1	W1- W6 CW1-CW6	1, 2, 3, 4	F1-F3 P1-P2
EU 3	K_W03, K_U01, K_U02, K_U09, K_K01, K_K02	C1	W1-W6 CW1-CW6	1, 2, 3, 4	F1-F3 P1-P2
EU 4	K_W03, K_W05, K_U02, K_U03, K_U09, K_K01, K_K02	C2	W7-W13 CW7-CW15	1, 2, 3, 4	F1-F3 P1-P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi scharakteryzować, ani zidentyfikować głównych cech przedsiębiorstwa turystycznego.	Student potrafi w stopniu dostatecznym scharakteryzować główne cechy przedsiębiorstwa turystycznego.	Student potrafi scharakteryzować główne cechy przedsiębiorstwa turystycznego i dokonać ich częściowej identyfikacji.	Student potrafi scharakteryzować i zidentyfikować główne cechy przedsiębiorstwa turystycznego.
Efekt 2	Student nie potrafi zidentyfikować i ocenić wpływ otoczenia przedsiębiorstwa na jego funkcjonowanie z wykorzystaniem wszystkich poznanych metod.	Student potrafi zidentyfikować i ocenić wpływ otoczenia przedsiębiorstwa na jego funkcjonowanie z wykorzystaniem jednej poznanej metody.	Student potrafi zidentyfikować i ocenić wpływ otoczenia przedsiębiorstwa na jego funkcjonowanie z częściowym wykorzystaniem niektórych poznanych metod.	Student potrafi zidentyfikować i ocenić wpływ otoczenia przedsiębiorstwa na jego funkcjonowanie z wykorzystaniem wszystkich poznanych metod.
Efekt 3	Student nie zna elementów składowych procesu analizy strategicznej przedsiębiorstwa.	Student zna niektóre poznane elementy składające się proces analizy strategicznej przedsiębiorstwa.	Student zna prawie wszystkie poznane elementy składające się proces analizy strategicznej przedsiębiorstwa.	Student zna wszystkie poznane elementy składające się proces analizy strategicznej przedsiębiorstwa.
Efekt 4	Student nie potrafi samodzielnie dokonać analizy strategicznej przedsiębiorstwa z uwzględnieniem specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego.	Student potrafi dokonać analizy strategicznej przedsiębiorstwa z pomocą prowadzącego.	Student potrafi samodzielnie dokonać analizy strategicznej przedsiębiorstwa bez uwzględnienia specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego.	Student potrafi samodzielnie dokonać analizy strategicznej przedsiębiorstwa z uwzględnieniem specyfiki przedsiębiorstwa turystycznego.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania <http://wz.pcz.pl/plany/>.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania <http://wz.pcz.pl/plany/>.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania <http://wz.pcz.pl> oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem (budynek główny WZ - 3 piętro).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	E-SPRZEDAŻ USŁUG TURYSTYCZNYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Andrzej Chluski, Dr Tomasz Turek
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie z istotą e-sprzedaży usług turystycznych.
- C2. Prezentacja modeli e-gospodarki w obszarze turystyki i rekreacji.
- C3. Prezentacja wybranych usług i technologii internetowych wykorzystywanych w e-sprzedaży usług turystycznych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Podstawowa wiedza i umiejętności w zakresie usług internetowych.
- Podstawowa znajomość rynku turystyki i rekreacji.
- Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, handlu i zarządzania przedsiębiorstwem.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna rolę i znaczenie rynku elektronicznego w sprzedaży usług turystycznych.
- EU 2 – Student rozumie istotę podstawowych modeli e-biznesu w sprzedaży usług turystycznych.
- EU 3 – Student stosuje technologie i usługi Internetu w e-sprzedaży usług turystycznych.
- EU 4 – Student stosuje rozwiązania wspomagające promocję i marketing w Internecie.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Rola Internetu w handlu elektronicznym.	1
W 2- Charakterystyka modeli e-gospodarki (B2B, B2C) oraz rozwiązań Web 2.0.	1
W 3- Narzędzia i usługi internetowe w e-handlu.	1
W 4- Specyfika rynku usług turystycznych.	1
W 5- E-sprzedaż usług turystycznych – <i>case study</i> .	1
W 6- Sprzedaż usług turystycznych przez serwis WWW.	1
W 7- Sprzedaż usług turystycznych przez aukcje internetowe.	1
W 8- Sprzedaż usług turystycznych na rynku zakupów grupowych.	1
W 9- Sprzedaż mobilna i mobilny marketing usług turystycznych.	1

W 10- Internetowe portale rezerwacji zakwaterowania. Systemy wyszukiwania i rekomendacji usług turystycznych. Porównywarki cenowe.	1
W 11- Internetowe giełdy usług turystycznych.	1
W 12- Elementy promocji i marketingu usług turystycznych.	1
W 13- Wybrane zagadnienia systemów informatycznych. Elektroniczna wymiana danych w systemach e-sprzedaży.	1
W 14- Social media w sprzedaży usług turystycznych.	1
W 15- Systemy e-płatności w sprzedaży usług mobilnych.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
C 1- Zajęcia organizacyjne. Zapoznanie z programem nauczania i warunkami zaliczenia. Wprowadzenie do istoty usług internetowych.	1
C 2- Identyfikacja rynków elektronicznych i modeli e-gospodarki w sprzedaży usług turystycznych.	1
C 3- Wprowadzenie do projektu. Wybór przedsiębiorstwa i charakterystyka usług turystycznych.	1
C 4, C 5- Prezentacje wybranych przykładów rozwiązań e-sprzedaży usług turystycznych, wybór internetowych kanałów sprzedaży usług turystycznych.	2
C 6, C 7- Projektowanie i wykonanie prostej strony WWW promującej firmę, wybrane rozwiązania marketingu i promocji internetowej – analiza możliwości wykorzystania.	2
C 8- Określenie wymagań i podstawowych elementów strony internetowej wybranej firmy.	1
C 9, C 10- Analiza rzeczywistej strony firmy turystycznej oraz projektowanie strony swojej firmy.	2
C 11- Ocena możliwości wykorzystania systemów zakupów online i portali rezerwacji.	1
C 12, C 13- Projektowanie obszarów zastosowania systemów wyszukiwania i rekomendacji, wykorzystanie social media w promocji usług turystycznych.	2
C 14- Analiza obszarów zastosowania systemów e-płatności.	1
C 15- Sprawdzian pisemny. Uwagi i poprawki do projektów. Ocena projektów.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Prezentacje multimedialne
2. Komputer z dostępem do Internetu, pakiet Office

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena zajęć C1 – C7
 F2. Ocena zajęć C8 – C14
 P1. Całościowa ocena raportu i sprawdzian pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	30	1,2
Przygotowanie do ćwiczeń (poza zajęciami)		5	0,2
Przygotowanie do sprawdzianu pisemnego		5	0,2
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		5	0,2
Obecność na konsultacjach		5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		50	2,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPELNIAJĄCA:

Literatura podstawowa:

- Dutko M., Biblia e-biznesu 2: nowy testament, Wydaw. HELION, Gliwice, 2016.
Panasiuk A., Marketing w turystyce i rekreacji, Wydaw. Nauk. PWN, Warszawa, 2013, także w ibuk.pl.
Molenda M., Regionalny przemysłowy produkt turystyczny, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa, 2015.
Szopiński T., E-konsument na rynku usług, CeDeWu, Warszawa, 2012.

Literatura uzupełniająca:

- Dąbrowska B., Międzynarodowy biznes turystyczny, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa, 2014.
Jelonek D., Przedsiębiorczość a e- przedsiębiorczość, Wiedza i technologie informacyjne w kreowaniu przedsiębiorczości (red.) NOWICKI A., JELONEK D. wyd. WZ PCz, 2013.
Turek T., Wybrane narzędzia prognozowania popytu w działalności e-commerce'u, Zeszyty Naukowe Ekonomiczne Problemy Usług, Uniwersytet Szczeciński, 2012.
Turek T., Pawełoszek I., Kierunki rozwoju modeli biznesowych w Internecie, Wyzwania przedsiębiorczości. T.2 (red.) GOSTKOWSKA-DŻWIG Sylwia, MROZIK Magdalena, wyd. WZ PCz 2014.
Chluski A. Wybranie przykłady aplikacji, [w:] Procesy informacyjne w zarządzaniu Nowicki A, Sitarska M. (red.), Wyd. UE Wrocław, 2010.
travelmarketing.pl/; www.wiadomosciturystyczne.pl/; www.waszaturystyka.pl.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

- Prof. Dorota Jelonek, dorota.jelonek@wz.pcz.pl
Dr inż. Andrzej Chluski, andrzej.chluski@wz.pcz.pl
Dr inż. Tomasz Turek, tomasz.turek@wz.pcz.pl
Dr inż. Ilona Pawełoszek, ilona.paweloszek@wz.pcz.pl
Dr inż. Damian Dziembek, damian.dziembek@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W09, K_W01, K_U01	C1, C3	W1-W15 C1-C3,	1, 2	F1, F2, P1
EU 2	K_W09, K_W01, K_U03	C1, C2, C3	W1-W5 C2, C4,	1, 2	F1, F2, P1
EU 3	K_W09, K_U04, K_K05	C1, C2, C3	W6-W15 C4, C6-C14	1, 2	F1, F2, P1
EU 4	K_W09, K_W01, K_U04 K_K05	C1, C2, C3	W8-W10, W12, W14 C9-C15	1, 2	F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie rozumie istoty rynków elektronicznych.	Student rozumie istotę rynków elektronicznych; potrafi wskazać podstawowe możliwości ich wykorzystania w sprzedaży usług turystycznych.	Student rozumie istotę rynków elektronicznych; potrafi wskazać możliwość ich wykorzystania w sprzedaży usług turystycznych.	Student rozumie istotę rynków elektronicznych; potrafi wskazać możliwość ich wykorzystania w sprzedaży usług turystycznych. Na bazie dostępnych źródeł wskazuje rozwiązania stosowane w gospodarce.

Efekt 2	Student nie rozumie istoty modeli e-gospodarki, w związku z tym nie potrafi osadzić na tej płaszczyźnie tematyki sprzedaży usług turystycznych.	Student zna dwa podstawowe modele e-gospodarki (B2B, B2C). Potrafi wskazać na tej płaszczyźnie problematykę sprzedaży usług turystycznych.	Student zna większość modeli e-gospodarki (B2B, B2C oraz rozszerzenie o inne podmioty). Potrafi wskazać na tej płaszczyźnie problematykę sprzedaży usług turystycznych.	Student zna większość modeli e-gospodarki (B2B, B2C oraz rozszerzenie o inne podmioty). Potrafi wskazać na tej płaszczyźnie problematykę sprzedaży usług turystycznych. Na bazie dostępnych źródeł wskazuje rozwiązania stosowane w gospodarce.
Efekt 3	Student nie zna i nie rozumie istoty technologii i usług internetowych, w związku z tym nie potrafi osadzić na tej płaszczyźnie tematyki sprzedaży usług turystycznych.	Student zna podstawowe technologie internetowe (serwisy WWW, aukcje internetowe). Na bazie poznanych technologii potrafi realizować sprzedaż usług turystycznych.	Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach technologii internetowych. Na bazie poznanych technologii potrafi realizować sprzedaż usług turystycznych.	Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach technologii internetowych. Na bazie poznanych technologii potrafi realizować sprzedaż usług turystycznych. Na bazie dostępnych źródeł wskazuje rozwiązania stosowane w gospodarce.
Efekt 4	Student nie zna rozwiązań internetowych wspomagających promocję i marketing w Internecie, w związku z tym nie potrafi osadzić na tej płaszczyźnie tematyki sprzedaży usług turystycznych.	Student zna podstawowe rozwiązania internetowe wspomagające promocję i marketing. Na bazie poznanych rozwiązań potrafi wspomagać sprzedaż usług turystycznych.	Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach rozwiązań internetowych wspomagających promocję i marketing. Na bazie poznanych rozwiązań potrafi wspomagać sprzedaż usług turystycznych.	Student zna większość zaprezentowanych na zajęciach rozwiązań internetowych wspomagających promocję i marketing. Na bazie poznanych rozwiązań potrafi wspomagać sprzedaż usług turystycznych. Na bazie dostępnych źródeł wskazuje rozwiązania stosowane w gospodarce.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, materiałami do ćwiczeń itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Informatyki Ekonomicznej i Ekosystemów Zarządzania w budynku DS4.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	PRAWNO-ORGANIZACYJNE ASPEKTY ORGANIZACJI IMPREZ SPORTOWYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Anna Bazan-Bulanda
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Turystyki sportowej</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15 E	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie istoty imprezy masowej.
 C2. Wykształcenie w studentach umiejętności zorganizowania imprezy sportowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna zasady tworzenia prawa.
 Student posiada wiedzę na temat gałęzi prawa.
 Student potrafi scharakteryzować podmioty prawa.
 Student zna rodzaje przedmiotów prawa.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student identyfikuje regulacje prawa polskiego i międzynarodowego imprez sportowych.
 EU 2 – Student charakteryzuje imprezę masową.
 EU 3 – Student potrafi zorganizować imprezy sportowe.
 EU 4 – Student identyfikuje prawa i obowiązki organizatorów imprez sportowych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W1 Polskie i międzynarodowe regulacje imprez sportowych.	1
W2 Pojęcie imprezy sportowej.	1
W3-4 Pojęcie i charakterystyka imprezy masowej. Cykliczne imprezy masowe.	2
W5 Masowe imprezy sportowe.	1
W6-7 Regulamin imprezy sportowej- zasad tworzenia, elementy obligatoryjne.	2
W8-9 Zezwolenie na przeprowadzenie imprezy masowej- zasady i tryb ubiegania się przez organizatorów.	2
W10-11 Bezpieczeństwo imprezy masowej- obowiązki organizatora, służby porządkowe i informacyjne. Odpowiedzialność karna za naruszenie bezpieczeństwa imprezy masowej.	2
W12 Mecz piłki nożnej- zasady bezpieczeństwa.	1

W 13 Zasady postępowania z osobami z zakazem klubowym lub zakazem międzynarodowym.	1
W 14-15 Odpowiedzialność za szkody powstałe w związku z zabezpieczeniem imprezy masowej.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
C 1-3 Przepisy postępowania administracyjnego stosowany przy uzyskaniu zezwolenia na organizację imprezy masowej.	3
C 2 Sporządzanie dokumentacji niezbędnej dla uzyskania zezwolenia na imprezę masową.	4
C 3 Przyporządkowywanie podstawy prawnej i do stanów faktycznych.	3
C 4 Samodzielne opracowywanie rozwiązań kasusów.	4
C 5 Sprawdzenie wiadomości.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Akty prawne z orzecznictwem
3. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F. Kazusy
P. Sprawdzian wiadomości

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	30	1,2
Udział w konsultacjach	5	0,2
Egzamin	2	0,08
Przygotowanie się do ćwiczeń	15	0,6
Zapoznanie z literaturą przedmiotu	23	0,92
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN / PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Prawo sportowe, praca zbiorowa, C.H.BECK 2018.
M. Leciak, Prawo sportowe, C.H.BECK 2018.

Literatura uzupełniająca:

S. Parszowski, A. Kruczyński, Imprezy masowe. Organizacja, bezpieczeństwo, dobre praktyki, Difin, 2015.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Anna Bazan- Bulanda, anna.bazan-bulanda@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W12, K_U02, K_U03, K_U05, K_U06, K_K01, K_K06	C1	W1, C2-4	1,2,3	F, P

EU 2	K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W12, K_U02, K_U03, K_U05, K_U06, K_K01, K_K06	C1	W2-5, C2-4	1,2,3	F, P
EU 3	K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W12, K_U02, K_U03, K_U05, K_U06, K_K01, K_K06	C2	W6-9, C1-4	1,2,3	F, P
EU 4	K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W12, K_U02, K_U03, K_U05, K_U06, K_K01, K_K06	C1, C2	W10-15, C2-4	1,2,3	F, P

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student identyfikuje regulacje prawa polskiego i międzynarodowego imprez sportowych poniżej 60%.	Student identyfikuje regulacje prawa polskiego i międzynarodowego imprez sportowych pomiędzy 61%-77%.	Student identyfikuje regulacje prawa polskiego i międzynarodowego imprez sportowych pomiędzy 78%-95%.	Student identyfikuje regulacje prawa polskiego i międzynarodowego imprez sportowych powyżej 95%.
Efekt 2	Student charakteryzuje imprezę masową poniżej 60%.	Student charakteryzuje imprezę masową pomiędzy 61%-77%.	Student charakteryzuje imprezę masową pomiędzy 78%-95%.	Student charakteryzuje imprezę masową powyżej 95%.
Efekt 3	Student potrafi zorganizować imprezy sportowe poniżej 60%.	Student potrafi zorganizować imprezy sportowe pomiędzy 61%-77%.	Student potrafi zorganizować imprezy sportowe pomiędzy 78%-95%.	Student potrafi zorganizować imprezy sportowe powyżej 95%.
Efekt 4	Student identyfikuje i klasyfikuje prawa pacjenta poniżej 60%.	Student identyfikuje i klasyfikuje prawa pacjenta pomiędzy 61%-77%.	Student identyfikuje i klasyfikuje prawa pacjenta pomiędzy 78%-95%.	Student identyfikuje i klasyfikuje prawa pacjenta powyżej 95%.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE PERSONELEM I WOLONTARIAT W TURYSTYCE SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Anna Albrychiewicz-Słocińska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Przedmiot kształcenia w zakresie <i>Turystyka sportowa</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i procesami z dziedziny zarządzania kadrami.
 C2. Wprowadzenie, omówienie i przyswojenie przez studentów teoretycznego i praktycznego znaczenia zarządzania kadrami w turystyce.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student posiada wiedzę z zakresu strategicznego zarządzania organizacją.
 Student posiada podstawową wiedzę z zakresu psychologii i socjologii zarządzania.
 Student posiada podstawową wiedzę z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna podstawowe i szczegółowe pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania personelem.
 EU 2 – Student rozumie i potrafi określić specyfikę zarządzania personelem w turystyce sportowej.
 EU 3 – Student potrafi przedstawić przykłady nowoczesnych metod zatrudnienia wykorzystywanych w zarządzaniu personelem w turystyce sportowej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W1- Przypomnienie podstawowych pojęć i definicji z zakresu zarządzania kadrami w kontekście zarządzania strategicznego.	2
W2- Proces kadrowy, jako narzędzie zarządzania personelem w turystyce sportowej.	2
W3- Zróżnicowany zakres stanowisk i kompetencji w odniesieniu do realizacji funkcji personalnej w turystyce sportowej.	2
W4- Procesy rekrutacji, selekcji i wprowadzenia do pracy.	2
W5- Problemy adaptacji społeczno-zawodowej.	2
W6- Planowanie i zarządzanie kompetencjami w turystyce sportowej.	2
W7, W8- Systemy ocen pracowniczych – kryteria, błędy oceny, techniki i narzędzia oceny.	4
W9- Rozwój personalny i kształtowanie ścieżek kariery.	2

W10- Systemy motywacyjne a zarządzanie personelem w turystyce sportowej.	2
W11, W12, W13- Nowoczesne formy zatrudnienia i wolontariat.	6
W14- Szkolenie i rozwój personelu w turystyce sportowej.	2
W15- Podsumowanie zagadnień z zakresu zarządzania personelem w turystyce sportowej.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1- Omówienie literatury przedmiotu, kryteriów ocen oraz zasad zaliczenia przedmiotu – przygotowania prac zaliczeniowych.	1
C2- Przygotowanie projektu struktury organizacyjnej w organizacji z obszaru turystyki sportowej.	1
C3, C4, C5, C6- Konstruowanie profilu stanowiska oraz przygotowywanie opisu stanowiska pracy dla celów projektów w obszarze HR w turystyce sportowej.	4
C7, C8, C9, C10- Konstruowanie arkuszy oceny okresowej dla przykładowych stanowisk pracy związanych z turystyką sportową.	4
C11, C12, C13, C14- Projektowanie procesu rekrutacji i selekcji personelu w odniesieniu do stanowisk w organizacjach z branży turystycznej z uwzględnieniem wolontariatu.	4
C15, C16, C17, C18- Wizerunek pracodawcy (Employer Branding). Praca nad projektem kampanii PR pracowniczego.	4
C19, C20, C21, C22- Budowanie propozycji spójnych systemów wynagradzania i motywowania.	4
C23, C24, C25- Motywowanie pozapłacowe w organizacjach z branży turystyczno-sportowej.	3
C26, C27, C28, C29- Programy rozwoju kadr w odniesieniu do personelu i wolontariuszy.	4
C30- Zajęcia zaliczeniowe.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Prezentacje multimedialne
2. Case study – analiza przypadków dotyczących rozwiązań wykorzystywanych przez organizacje branży turystycznej w zakresie zarządzania kadrami
3. Analiza aktów prawnych w zakresie prawa pracy

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Konstruowanie projektów cząstkowych z obszaru zarządzania personelem i wolontariatu w turystyce sportowej
P1. Egzamin pisemny

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład i Ćwiczenia	60	2,4
Przygotowanie się do ćwiczeń	14	0,56
Przygotowanie się do zaliczenia	15	0,6
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	15	0,6
Obecność na konsultacjach	4	0,16
Przygotowanie do egzaminu	15	0,6
Obecność na egzaminie	2	0,08
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

- Armstrong M., *Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi*, tł. z ang. Warszawa: Wolters Kluwer Polska Sp. z o. o., 2010.
- Bąk-Grabowska D., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w warunkach stosowania niestandardowych form zatrudnienia*, Monografie i Opracowania, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, 2016.
- Król H., Ludwiczynski A.: *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*. PWN. Warszawa 2007, Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck 2005.
- Syrkiewicz-Światała M., Holeccki T., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia*, Katowice; Śląska Akademia medyczna, 2007.
- Zarządzanie zasobami ludzkimi*: praca zbiorowa / Wiesław Golnau, Marek Kalinowski, Joanna Litwin; pod red. Wiesława Golnau, Warszawa: CeDeWu Wydawnictwo Fachowe 2012.
- Białas S., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w otoczeniu międzynarodowym: kulturowe uwarunkowania*, Warszawa: Wydawnictwa Profesjonalne PWN, 2013.
- Armstrong M., Cummins A., *Zarządzanie wynagrodzeniami: zestaw narzędzi*, tł. z ang. Warszawa: Wolters Kluwer, 2015.
- Czarnecka A., Albrychiewicz-Słocińska A., Gavrilova-Paven I., Poor J., Skiba Ł., *Challenges in Management of Employees' Ethical Attitudes [w:] Managerial Trends in the Development of Enterprises in Globalization Era* (red.) Kosciarova I., Kadekova Z., Slovak University of Agriculture in Nitra, Nitra 2017.
- Czarnecka A., Słocińska A., *The Importance of Human Resources Management for New Public Management. Polish Example [w:] Contemporary Issues of Enterprise Management in Poland and Hungary* (red.) NOWICKA-SKOWRON M., ILLES C. B., TOZSER J., Szent Istvan University Publishing, Gödöllő 2016.
- Słocińska A., Czarnecka A., *Knowledge Sharing as an Indicator of Network Logic [w:] Human Resource Management and Corporate Competitiveness*. Ed. C. B. Illes, F. Bylok, A. Dunay, Szent Istvan University Publishing, Gödöllő 2012.
- Czarnecka A., Słocińska A., *Staff Training and Improvement as a Factor in Building Human Capital in Organizations [w:] SME's Management in the 21st Century. Challenges and Solutions*. (Ed.) C.B. Illes, Publishing Section of the Faculty of Management Częstochowa University of Technology, Częstochowa 2012.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Anna Albrychiewicz-Słocińska, anna.albrychiewicz-slocinska@wz.pcz.pl

Dr inż. Aleksandra Czarnecka, aleksandra.czarnecka@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U08 K_K03, K_K05	C1,C2	W1-W15	1,	P1
EU 2	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U08 K_K03, K_K05	C1,C2	W1-W15, C3-C30	1, 2, 3	F1, P1
EU 3	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U08 K_K03, K_K05	C1,C2	W1-W15, C3-C30	1, 2, 3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna głównych pojęć, procesów i narzędzi zarządzania personelem.	Student posiada cząstkową wiedzę z zakresu głównych pojęć, procesów i narzędzi zarządzania personelem.	Student zna główne pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania personelem.	Student zna podstawowe i szczegółowe pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania personelem.
Efekt 2	Student nie rozumie specyfiki zarządzania personelem w turystyce sportowej.	Student rozumie i potrafi określić w sposób wrywkowy specyfikę zarządzania personelem w turystyce sportowej.	Student rozumie i potrafi określić specyfikę zarządzania personelem w turystyce sportowej i potrafi ją wyjaśnić w sposób ogólny.	Student rozumie specyfikę zarządzania personelem w turystyce sportowej i potrafi ją przedstawić w odniesieniu do poszczególnych procedur i narzędzi wykorzystywanych w zarządzaniu personelem w turystyce.
Efekt 3	Student nie potrafi przedstawić przykładów nowoczesnych metod zatrudnienia wykorzystywanych w zarządzaniu personelem w turystyce sportowej.	Student potrafi przedstawić przykłady nowoczesnych metod zatrudnienia.	Student potrafi przedstawić nieliczne przykłady nowoczesnych metod zatrudnienia wykorzystywanych w zarządzaniu personelem w turystyce sportowej.	Student potrafi przedstawić przykłady nowoczesnych metod zatrudnienia wykorzystywanych w zarządzaniu personelem w turystyce sportowej.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów” a także w gablocie Katedr Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu oraz podawane są na pierwszej godzinie zajęć.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	HOTELARSTWO Z ELEMENTAMI REKREACJI
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis
<u>Profil</u>	Sgólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Omówienie podstawowych zasad prowadzenia różnego typu usług hotelarskich ze szczególnym uwzględnieniem ich funkcji rekreacyjnej.
- C2. Przedstawienie i omówienie podstawowych sposobów rekreacji realizowanych w czasie wolnym – różne rodzaje turystyki, zabawy ruchowe, gimnastyka, sposoby relaksacji, odpoczynek bierny itd. Poznanie różnych form rekreacji jako elementów oferty obiektów hotelarskich.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna fundamentalne zasady funkcjonowania rynku turystycznego i hotelarskiego.
 Student zna podstawy marketingu, zarządzania i ekonomii w hotelarstwie i rekreacji.
 Student zna podstawowe zasady i narzędzia nowoczesnych technologii wspierające działania marketingowe.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna mechanizmy kreowania nowych tendencji w hotelarstwie i rekreacji.
 EU 2 – Student potrafi omówić znaczenie dla człowieka poszczególnych form rekreacji.
 EU 3 – Student prezentuje wiedzę dotyczącą części składowych współczesnego hotelu.
 EU 4 – Student potrafi zaproponować innowacyjne działania marketingowe dla wybranego obiektu hotelarskiego z uwzględnieniem oferty rekreacyjnej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W1 – Wprowadzenie do przedmiotu. Istota czasu wolnego, hotelarstwa i rekreacji.	2
W2 – Kierunki rozwoju współczesnego hotelarstwa. Struktura czasu wolnego jako element zmian w turystyce, hotelarstwie i rekreacji.	2
W3 – Zachowania konsumentów w hotelarstwie. Rekreacja w poszczególnych fazach życia człowieka.	2
W4 – Przegląd różnych form rekreacji.	2

W5 – Czynniki, środki, warunki rekreacji fizycznej. Bariery ograniczające rozwój rekreacji.	2
W6 – Osobowościowe i społeczne uwarunkowania rekreacji.	2
W7 – Części składowe współczesnego hotelu.	2
W8 – Struktura organizacyjna hotelu. Regulamin organizacyjny obiektu hotelarskiego.	2
W9 – Znaczenie personelu w usługach hotelarskich. Standardy obsługi i techniki pracy.	2
W10 – Zagospodarowanie przestrzenne terenów rekreacyjnych na terenie obiektów hotelarskich.	2
W11 – Hotelarstwo sieciowe. Łańcuchy hotelowe. Grupy hotelowe.	2
W12 – Proces świadczenia usług hotelarskich.	2
W13 – Zarządzanie gastronomią w hotelarstwie. Usługi dodatkowe.	2
W14 – Działania marketingowe w hotelarstwie. Promocja aktywności fizycznej w obiektach hotelowych.	2
W15 – Specjalizacja w hotelarstwie. Hotele budżetowe. Hotele butikowe. Hotele SPA. Hotele luksusowe. Hotele farmerskie.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1 – Zajęcia wprowadzające. Prezentacja zasad uzyskania zaliczenia.	2
C2 – Sprawdzenie wiedzy studentów w zakresie znaczenia rekreacji dla fizycznego i psychicznego zdrowia człowieka, czasu wolnego, turystyki, hotelarstwa oraz zasad marketingu, zarządzania przedsiębiorstwem itd.	2
C3 – Omówienie przykładowych zajęć rekreacyjnych – zajęcia w grupach.	2
C4 – Omówienie przykładowych zajęć rekreacyjnych – zajęcia w grupach.	2
C5 – Praca w zespołach – wybór obiektu hotelarskiego, opis podstawowych informacji o obiekcie.	2
C6 – Praca w zespołach – charakterystyka oferty podstawowej wybranych obiektów hotelarskich.	2
C7 – Praca w zespołach – gastronomia hotelowa.	2
C8 – Praca w zespołach – organizacja współczesnej recepcji hotelowej. Standardy obsługi gości.	2
C9 – Praca w zespołach – charakterystyka oferty uzupełniającej.	2
C10 – Zajęcia rekreacyjne w wybranym obiekcie hotelarskim – praca w zespołach.	2
C11 – Promocja usług hotelarskich na wybranym przykładzie – praca w zespołach.	2
C12 – Charakterystyka procesu animacji w hotelu. Animator czasu wolnego – cechy charakteru, czynniki osobowościowe predestynujące do pracy, prestiż zawodu. Case study.	2
C13, C14 – Zajęcia terenowe – poznanie usług jakie świadczą hotele różnej kategorii, poznanie organizacji i technik pracy w obiekcie hotelarskim ze szczególnym uwzględnieniem pracy służby pięt, recepcji oraz działu gastronomicznego.	4
C15 – Podsumowanie zajęć.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Książki, podręczniki, artykuły w specjalistycznych czasopismach
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej
5. Filmy, prezentacje zdjęciowe, materiały na temat działalności hotelarskiej i rekreacyjnej

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ćwiczenia w grupach – aktywność na zajęciach
F2. Projekty przygotowywane w kilkuosobowych zespołach, ocena aktywności na zajęciach (kreatywność, udział w dyskusji, trafność analizy i wniosków)
P1. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład i ćwiczenia	60	2,4
Przygotowanie się do ćwiczeń		8	0,32
Przygotowanie się do zaliczenia		10	0,4
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)		5	0,2
Udział w konsultacjach		5	0,2
Przygotowanie do egzaminu		10	0,4
Obecność na egzaminie		2	0,08
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Hotelarstwo, Usługi, Eksploatacja, Zarządzanie, Aleksander Panasiuk, Daniel Szostak (Red.), Wyd. Naukowe PWN Warszawa 2008.

A. Panasiuk, Marketing w turystyce i rekreacji, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2017.

M. Turkowski, Marketing usług hotelarskich, Wyd. PWE, Warszawa 2010.

M. Napierała, R. Muszkieta, Wstęp do teorii rekreacji, Wyd. Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2011.

Literatura uzupełniająca:

Czasopismo „Hotelarz”

Czasopismo „Świat Hoteli”

A. Widawska-Stanisiz, Networking w zarządzaniu relacjami z rynkiem usług sportowo-rekreacyjnych, Quality in Sport, Vol. 3, nr 4/2017.

M. Milewska, B. Włodarczyk Hotelarstwo: podstawowe wiadomości, Wyd. PWE, Warszawa 2015.

Obsługa uczestników turystyki i rekreacji: wybrane aspekty, B. Meyer (red.), Wyd. Difin, Warszawa 2015.

A. Widawska-Stanisiz, Networking w zarządzaniu relacjami z rynkiem usług sportowo-rekreacyjnych, Quality in Sport, Vol. 3, nr 4, 2017.

I. Sowier-Kasprzyk, A. Widawska-Stanisiz, Development of Sustainable Tourism in the Eastern Part of Poland on the Example of Bicycle Green Velo Trail, Economic Processes Management: International Scientific E-Journal, Ukraine, 2017.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanisiz, agnieszka.widawska-stanisiz@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_W05, K_W11, K_U01, K_U02, K_U07, K_K01	C1, C2,	W1, W2, W10, C1, C2, C5, C13, C14	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1
EU 2	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_W12, K_U01, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01, K_K05	C2	W4-W6, C1, C3, C4, C9, C10, C13, C14	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1

EU 3	K_W02, K_W07, K_W09, K_W12, K_U07, K_K01 K_K05, K_K06	C1	W7-W9, W11, W12, C1, C5-C8, C13, C14	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1
EU 4	K_W01, K_W02, K_W05, K_W07, K_W12, K_U01 K_U02, K_U03, K_U06, K_K01, K_K05, K_K06	C1, C2	W3, W13-W15, C1, C11-C14	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna mechanizmów kreowania nowych tendencji w hotelarstwie i rekreacji.	Student zna podstawowe mechanizmy kreowania nowych tendencji w hotelarstwie i rekreacji.	Student zna mechanizmy kreowania nowych tendencji w hotelarstwie i rekreacji.	Student w stopniu bardzo dobrym zna mechanizmy kreowania nowych tendencji w hotelarstwie i rekreacji, potrafi posłużyć się przykładami.
Efekt 2	Student nie potrafi omówić znaczenia dla człowieka poszczególnych form rekreacji.	Student potrafi w stopniu podstawowym omówić znaczenie dla człowieka poszczególnych form rekreacji.	Student potrafi omówić znaczenie dla człowieka poszczególnych form rekreacji.	Student potrafi omówić znaczenie dla człowieka poszczególnych form rekreacji oraz podać przykłady konkretnych aktywności.
Efekt 3	Student nie posiada wiedzy dotyczącej części składowych współczesnego hotelu.	Student prezentuje podstawową wiedzę dotyczącą części składowych współczesnego hotelu.	Student prezentuje wiedzę dotyczącą części składowych współczesnego hotelu.	Student prezentuje wiedzę dotyczącą części składowych współczesnego hotelu, potrafi je omówić na przykładach.
Efekt 4	Student nie potrafi zaproponować innowacyjnych działań marketingowych dla wybranego obiektu hotelarskiego z uwzględnieniem oferty rekreacyjnej.	Student potrafi wymienić działania marketingowe dla obiektu hotelarskiego z uwzględnieniem oferty rekreacyjnej.	Student potrafi zaproponować innowacyjne działania marketingowe dla wybranego obiektu hotelarskiego z uwzględnieniem oferty rekreacyjnej.	Student potrafi zaproponować innowacyjne działania marketingowe dla wybranego obiektu hotelarskiego z uwzględnieniem oferty rekreacyjnej podając konkretne przykłady i aktywnie uczestnicząc w dyskusji.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do zadań itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsc) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz na drzwiach pokoiów poszczególnych pracowników Katedry Marketingu.

COURSE GUIDE

<u>Course unit title</u>	INTERNATIONAL TOURISM MARKET
<u>Field of study</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Form of study</u>	Full time (stacjonarne)
<u>Level of study</u>	First Level
<u>Year</u>	3
<u>Semester</u>	V
<u>Responsible unit</u>	Department of Marketing
<u>Responsible person</u>	Dr Agata Krukowska-Miler
<u>Profile</u>	General academic (ogólnoakademicki)
<u>Type of course</u>	Elective (do wyboru)
<u>Number of ECTS credits</u>	3

TEACHING METHODS – NUMBER OF HOURS PER SEMESTER

<u>Lecture</u>	<u>Classes</u>	<u>Laboratory</u>	<u>Project</u>	<u>Seminar</u>
30	15	-	-	-

COURSE DESCRIPTION

COURSE PURPOSES

- P1. Provide students with basic knowledge on international tourism market.
P2. Moulding skills to use means and tools to play on international tourism market.

INITIAL REQUIREMENT FOR THE KNOWLEDGE, ABILITIES AND OTHER COMPETENCES

- Students have basic knowledge on functioning of businesses.
Students have basic knowledge on legislation and rules influencing nowadays markets.
Students have basic knowledge on management.

THE EFFECTS OF LEARNING

- EL 1 – Students have knowledge about tourism market.
EL 2 – Student can analyze international market environment of touristic organizations and indicate trends that must be consider when play on these market.
EL 3 – Student can analyze international tourism movement and international tourism market.
EL 4 – Student can prepare international marketing strategy for tourism organization.

COURSE CONTENT

Teaching method – LECTURE – 30 hours	Number of hours
L1 - Genesis and evolution of tourism market.	2
L2 - Basics terminology of international tourism market. Rules.	2
L3 - International supply market in tourism. Features, trends, entities.	2
L4 - International organizations of tourism.	2
L5 - International tourism movement. Most popular countries. Part I.	2
L6 - International tourism movement. Most popular countries. Part II.	2
L7 - Europe tourism market. UE tourism politic.	2
L8 - Asia tourism market.	2
L9 - Africa tourism market.	2
L10 - North and Middle America tourism market.	2
L 11 - South America tourism market.	2

L 12 - Australia and Oceania tourism market.	2
L 13 - Orientation and market strategy.	2
L 14 - Management of tourism organizations.	2
L 15 - Summary of lectures.	2
Teaching method – CLASSES – 15 hours	Number of hours
C1 - Basic terms and rules.	1
C2 - International organizations in tourism market. Part 1.	1
C3 - International organizations in tourism market. Part 2.	1
C4, C5 - Culture, habits, religion in international tourism market – example.	2
C6, C7 - Supply and demand on international tourism market.	2
C8 - Example of main international tourism organization.	1
C9 - Elements of international strategy for tourism organization.	1
C10 - Elements of international strategy for tourism organization.	1
C11 - Management of tourism organizations – example.	1
C12 - Project presentation- strategy for international tourism organization.	1
C13 - Project presentation - strategy for international tourism organization.	1
C14 - Summary of classes.	1
C15 - Test.	1

TEACHING TOOLS

1. Books and textbooks.
2. Audiovisual equipment.
3. PowerPoint presentation.

WAYS OF ASSESSMENT (F – FORMING, P – SUMMARY)

- P1. Test
- P2. Presentation strategy for international tourism organization

STUDENT WORKLOAD

Form of activity		Average time/points of activity	
		[h]	[ECTS]
Contact hours with the teacher	Lecture, Classes	45	1,6
Consultation		4	0,16
Preparing to classes		12	0,48
Written study		11	0,44
Familiarization with the literature of the subject		3	0,12
TOTAL NUMBER OF HOURS /ECTS CREDITS FOR THE COURSE		75	3,00

BASIC AND SUPPLEMENTARY LITERATURE

Basic literature:

- Kachniewska M., Nawrocka E., Niezgoda A., Pawlicz A., Rynek turystyczny, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2012.
- Panasiuk A., Rynek turystyczny. Studium Strukturalne, Difin, Warszawa 2014.
- Dąbrowska B., Turystyka międzynarodowa w globalnej gospodarce, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2011.
- Altcorn J., Marketing w turystyce, PWN, Warszawa 2002.
- Łazarek R., Ekonomika turystyki, WSE, Warszawa 2001.

Supplementary literature:

Middleton V.T.C., Marketing w turystyce, PAPT, Warszawa 1996.

Wodejko S., Ekonomiczne zagadnienia turystyki, PWSH, Warszawa 1997.

Sowier-Kasprzyk, A. Widawska-Stanisiz, CRM jako narzędzie budowania relacji z klientami w przedsiębiorstwie usługowym, Innowacje w marketingu - młodzi o marketingu II. (Konferencja), Sopot 2003.

Helnarska K.J., Międzynarodowy ruch turystyczny w Unii Europejskiej, Wyd. Adam Marszałek, Toruń 2004.

TEACHERS (NAME, SURNAME, ADRES E-MAIL)

Dr Agata Krukowska-Miler, agata.krukowska-miler@wz.pcz.pl

MATRIX OD REALIZATION OF EFFECTS OF LEARNING

The effects of learning	The reference of the effect to the effects defined for the entire program	Course purposes	Course content	Teachning tools	Ways of assessment
EL 1	K_W01, K_W02, K_W07, K_U01, K_U02, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L 1-12, L 15, C 1-3, C 15	1,2,3	P1
EL 2	K_W01, K_W02, K_W03, K_W07, K_U01, K_U02, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L 3-12, L 15, C 4-11, C 15	1,2,3	P1
EL 3	K_W01, K_W02, K_W07, K_U01, K_U02, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L 5-12, L15, C 4-11, C 15	1,2,3	P1
EL 4	K_W01, K_W02, K_W04, K_W09, K_W07, K_U01, K_U02, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05	1,2	L 13-14, C 9-11, C 12-13	1,2,3	P2

ASSESSMENT FORM – DETAILS*

	For grade 2	For grade 3	For grade 4	For grade 5
Effect 1	Students have not knowledge about tourism market.	Students have basic knowledge about tourism market.	Students have knowledge about tourism market.	Students have deep knowledge about tourism market.
Effect 2	Student cannot analyze international market environment of touristic organizations and indicate trends that must be consider when play on these market.	Student can basically analyze international market environment of touristic organizations and indicate trends that must be consider when play on these market.	Student can analyze international market environment of touristic organizations and indicate trends that must be consider when play on these market.	Student can deeply analyze international market environment of touristic organizations and indicate trends that must be consider when play on these market.
Effect 3	Student cannot analyze international tourism movement and international tourism market	Student can bazically analyze international tourism movement and international tourism market.	Student can analyze international tourism movement and international tourism market	Student can deeply analyze international tourism movement and international tourism market

Effect 4	Student cannot prepare international marketing strategy for tourism organization.	Student can prepare basic marketing strategy for tourism organization.	Student can prepare international marketing strategy for tourism organization.	Student can prepare international marketing strategy for tourism organization and compare it with others.
----------	---	--	--	---

* description of generic grades

OTHER USEFUL INFORMATION ABOUT THE COURSE

Information where presentation of classes, instruction, subjects of seminars can be found, etc. – the information is given to students during classes, if required sent by e-mail.

Information about the location of the classes – webpage of the Faculty.

Information about the date of the course (day of the week/time) – webpage of the Faculty.

Information about the consultation (time + place) – given to students during first classes, webpage of the Faculty.

COURSE GUIDE

<u>Course unit title</u>	RELATIONSHIP MARKETING IN SPORT
<u>Field of study</u>	Management in Sport and Tourism
<u>Form of study</u>	Full time (stacjonarne)
<u>Level of study</u>	First level
<u>Year</u>	3
<u>Semester</u>	V
<u>Responsible unit</u>	Department of Marketing
<u>Responsible person</u>	Dr inż. Izabella Sowier-Kasprzyk
<u>Profile</u>	General academic (ogólnoakademicki)
<u>Type of course</u>	Elective (do wyboru)
<u>Number of ECTS credits</u>	3

TEACHING METHODS – NUMBER OF HOURS PER SEMESTER

<u>Lecture</u>	<u>Classes</u>	<u>Laboratory</u>	<u>Project</u>	<u>Seminar</u>
30	15	-	-	-

COURSE DESCRIPTION

COURSE PURPOSES

- C1. Providing students with the principles of relationship marketing with particular emphasis on sport.
 C2. Mastering the practical and creative use of the rules in relationship marketing for creating marketing strategies in sport.

INITIAL REQUIREMENT FOR THE KNOWLEDGE, ABILITIES AND OTHER COMPETENCES

- Students have basic knowledge on functioning of sports organizations.
 Students have basic knowledge of nowadays sports markets.
 Students have basic knowledge on management of a sports organization.
 Students have basic knowledge on relationship marketing in sport.

THE EFFECTS OF LEARNING

- EL 1 – Student is able to analyse the marketing environment of a sports company.
 EL 2 – Student can create a general concept of marketing strategy of a sports enterprise.
 EL 3 – Student is able to carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.

COURSE CONTENT

Teaching method – LECTURE – 30 hours	Number of hours
L 1 - Introduction to the subject. Presentation of the basic concepts and terms related to marketing.	1
L 2 - Genesis and evolution of marketing.	1
L 3 - Marketing in sports organizations as opposed to marketing of material products and other types of marketing (non-profit, territorial etc.).	1
L 4 - Presenting specifics of marketing in sport.	1
L 5 - L6 - Marketing mix for sports organizations.	2
L 7 - Discussing strategic analysis for creating a marketing strategy of a sports organization.	1
L 8 - Characteristics of relationship marketing. Basic concepts.	1

L 9 - The need of applying the principles of relationship marketing in sports organizations.	1
L 10 - The importance of relationships in creating long-term contacts with clients.	1
L 11 - L 12 - The process of creating a customer relationship (CRM) in a sports organization.	2
L 13 - The importance of personnel/people for the implementation of customer orientation in accordance with the principles of relationship marketing.	1
L 14 - Quality in sports organization. Servqual.	1
L 15- Practical implications of the relationship marketing concept in sport. Summary of lectures.	1
Teaching method – CLASSES -15 hours	Number of hours
C 1 - Presenting the timetable, determining tasks to be carried out, providing literature, discussing how to evaluate, etc.	1
C 2 - C 3 - Reminding of marketing concepts and rules, discussion on the specificity of marketing in sports organizations. Notes for the implementation of the assigned tasks.	2
C 4 - C 5 - Discussing marketing mix concept in sports organizations. Division students into groups and starting preparing projects for a sports organization.	2
C 6 - C 8 - The process of creating a sports product. The quality of sports products and relationship marketing. Discussion of the prepared projects. Group work.	3
C 9 - C 12 - Marketing mix for a sport organization.	4
C 13 - C 14 - The importance of bonds between customers and sports organizations. Creating databases.	2
C 15 - C 18 - The process of creating customer relationships (CRM) for various types of sports organizations. Discussion of the prepared projects. Group work.	4
C 19 - C 22 - Implementing internal marketing to create personnel capable of implementing relationship marketing. Discussion of the prepared projects. Group work.	4
C 23 - C 26 - A project of testing the quality of services in the context of the implementation of relationship marketing (servqual) for a selected sports organization. Discussion of the presented project. Group work.	4
C 27 - General discussion on principles of relationship marketing in sports organizations summarizing the subject matter of the classes.	1
C 28 - C 29 - Test. Presenting projects.	2
C 30 - Corrections of tests and projects. Summary of classes. Marks.	1

TEACHING TOOLS

1. Books and textbooks, films, photographs etc.
2. Audiovisual equipment, Internet
3. PowerPoint presentation

WAYS OF ASSESSMENT (F – FORMING, P – SUMMARY)

- P1. Test
F1. Project

STUDENT WORKLOAD

Form of activity	Average number of hours/credits on realization of the activity	
	[h]	[ECTS]
Contact hours with the teacher (lectures, classes)	45	1,8
Consultation	4	0,16
Preparing for classes	12	0,48
Written study	11	0,44
Familiarization with the literature of the subject	3	0,12
TOTAL NUMBER OF HOURS / ECTS CREDITS FOR THE COURSE	75	3,00

BASIC AND SUPPLEMENTARY LITERATURE

Basic literature:

- Furtak R., Marketing partnerski na rynku usług, PWE Warszawa 2005.
Egan J., Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing, Harlow: Pearson Financial Times Prentice Hall, 2011.
Otto J., Marketing relacji, CH Beck, Warszawa 2004.
Fonfara K., Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw, PWE, Warszawa 2004.
Marketing w sporcie i turystyce sportowej, pod red. Klisińskiego J., Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji, Bytom 2009.
Kotler Ph., Marketing Management, Millenium Edition, Prentice-Hall International, Inc., New Jersey 2000.
Teoria i praktyka marketingu w sporcie i biznesie sportowym, pod red. Klisińskiego J., Wyd. Wyższa Szkoła Ekonomii i Administracji, Bytom 2008.
Waśkowski Z., Uwarunkowania i sposoby wdrażania orientacji marketingowej w klubach sportowych, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2007.
Zarządzanie polskim sportem w gospodarce rynkowej, pod red. Sojkin B., Waśkowski Z, Wyd. UE w Poznaniu, Poznań 2011.

Supplementary literature:

- Armstrong G., Kotler Ph., Marketing. Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2012.
Sowier-Kasprzyk I., Zastosowanie wybranych instrumentów marketingu partnerskiego w biurach podróży, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu, Szczecin 2012.
Sowier-Kasprzyk I., A. Widawska-Stanisław A., CRM jako narzędzie budowania relacji z klientami w przedsiębiorstwie usługowym, Innowacje w marketingu - młodzi o marketingu II. (Konferencja), Sopot 2003.

TEACHERS (NAME, SURNAME, ADRES E-MAIL)

Dr inż Izabella Sowier Kasprzyk; izabella.sowier-kasprzyk@wz.pcz.pl

MATRIX OD REALIZATION OF EFFECTS OF LEARNING

The effects of learning	The reference of the effect to the effects defined for the entire program	Course purposes	Course content	Teaching tools	Ways of assessment
EL 1	K_W01, K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W11 K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U 08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L1-L4 C1-C12	1,2,3	P1, F1
EL 2	K_W01, K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W11 K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U 08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L1-L7 C1-C12	1,2,3	P1, F1
EL 3	K_W01, K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W11 K_U01; K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U 08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L9-L15 C13-C29	1,2,3	P1, F1

ASSESSMENT FORM – DETAILS*

	For grade 2	For grade 3	For grade 4	For grade 5
Effect 1	Student is not able to analyse the marketing environment of a sports company.	Student is barely able to analyse the marketing environment of a sports company.	Student has basic knowledge to analyse the marketing environment of a sports company.	Student is able to analyse the marketing environment of a sports company in a very good level.
Effect 2	Student cannot create a general concept of marketing strategy of a sports enterprise.	Student can barely create a general concept of marketing strategy of a sports enterprise.	Student has basic knowledge to create a general concept of marketing strategy of a sports enterprise.	Student can create a general concept of marketing strategy of a sports enterprise in a very good level.
Effect 3	Student is not able to carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.	Student is barely able to carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.	Student has basic knowledge to carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing.	Student is able to carry out the process of creating the right relationship with the client (CRM) based on the principles of relationship marketing in a very good level.

* description of generic grades

OTHER USEFUL INFORMATION ABOUT THE COURSE

Information where presentation of classes, instruction, subjects of seminars can be found, etc. – the information is given to students during classes, if required sent by e-mail.

Information about the location of the classes – webpage of the Faculty.

Information about the date of the course (day of the week/time) – webpage of the Faculty.

Information about the consultation (time + place) – given to students during first classes, webpage of the Faculty, in the information glass-case.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ANALIZA FINANSOWA DZIAŁALNOŚCI TURYSTYCZNEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i rekreacji
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	V
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Puto
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-		-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Uzyskanie podstawowej wiedzy na temat sprawozdań finansowych przedsiębiorstw turystycznych z wykorzystaniem metod analizy wskaźnikowej.

C2. Przygotowanie studenta do określenia struktury oraz kształtowania kapitału z wykorzystaniem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna czynniki ekonomiczne warunkujące sprawne funkcjonowanie podmiotu turystycznego na rynku.

Student posiada wiedzę na temat składników bilansu.

Student potrafi wymienić źródła finansowania działalności przedsiębiorstwa turystycznego.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi dokonać analizy wskaźnikowej kondycji finansowej firmy turystycznej.

EU 2 – Student potrafi dokonać analizy sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa turystycznego.

EU 3 – Student potrafi określić strukturę kapitału przedsiębiorstwa turystycznego.

EU 4 – Student potrafi kształtować kapitał z wykorzystaniem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1. Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z analizą finansową.	2
W2. Omówienie procesu analitycznego oraz rodzajów mierników.	2
W3. Zapoznanie z rolą i strukturą sprawozdania finansowego w świetle decyzji zarządczych.	2
W4. Analiza wstępna sprawozdań finansowych.	2
W5. Wykorzystanie metod analizy statystycznej w ocenie składników sprawozdania finansowego.	2

W6. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza płynności finansowej przedsiębiorstw turystycznych.	2
W7. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza rentowności firmy turystycznej.	2
W8. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza zadłużenia firmy turystycznej.	2
W9. Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza wspomagania finansowego.	2
W10. Analiza piramidalna.	2
W11. Analiza kosztów i rentowności w przedsiębiorstwie turystycznym.	2
W12. Mierniki efektywności inwestycji.	2
W13. Czynniki wpływające na wielkość sprzedaży w przedsiębiorstwie turystycznym.	2
W14/15. Analiza wyników finansowych przedsiębiorstw turystycznych.	4
Forma zajęć – CWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1. Elementy działalności gospodarczej przedsiębiorstw turystycznych.	1
C2. Metody analitycznego postępowania.	1
C3. Charakterystyka sprzedaży przedsiębiorstw turystycznych. Badanie dynamiki i struktury sprzedaży. Analiza sezonowości.	2
C4. Zapoznanie z rolą i strukturą sprawozdania finansowego w świetle decyzji zarządczych.	1
C5. Wykorzystanie metod analizy statystycznej w ocenie składników sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa turystycznego.	2
C6. Ocena płynności finansowej podmiotu i jej wpływ na poziom kapitału pracującego.	2
C7. Badanie stopnia zadłużenia podmiotu oraz jego zdolności do spłaty zobowiązań.	2
C8. Analiza aktywności gospodarczej w ramach dysponowanych zasobów materialnych i intelektualnych podmiotu.	2
C9. Ocena rentowności podmiotu w ujęciu statycznym i dynamicznym.	2
C10. Określenie użyteczności progu rentowności dla działalności przedsiębiorstwa turystycznego oraz prezentacja graficzna.	2
C11. Zastosowanie dźwigni operacyjnej w kształtowaniu zysku ze sprzedaży usług turystycznych.	2
C12. Badanie oddziaływania przychodów i kosztów oraz poziomu sprzedaży na wynik finansowy.	2
C13. Określenie struktury kapitału przedsiębiorstwa turystycznego.	1
C14. Projekt analizy finansowej przedsiębiorstwa turystycznego – student przeprowadzi w zespole wybrane metody analizy finansowej na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa turystycznego. Obliczy poziom wybranych wskaźników ekonomiczno-finansowych wykorzystując do tego niezbędne informacje finansowe zawarte w sprawozdaniach finansowych.	5
C15. Zapoznanie z mechanizmem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.	3

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Podręczniki i skrypty
3. Dokumenty sprawozdawcze - Monitor Polski B

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Poprawność liczenia zadań rachunkowych
- F2. Prezentacja projektu analizy finansowej przedsiębiorstwa turystycznego
- P1. Pisemne kolokwium
- P2. Egzamin pisemny końcowy

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Wykład, ćwiczenia	60	2,4
Przygotowanie do egzaminu		10	0,4
Obecność na egzaminie		3	0,12
Przygotowanie do kolokwium z ćwiczeń (poza zajęciami)		20	0,8
Obecność na konsultacjach		10	0,4
Przygotowanie do projektu		10	0,4
Zapoznanie ze wskazaną literaturą		12	0,48
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Nowak E., Analiza sprawozdań finansowych, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa 2017.
- Golej R., Prędkiewicz K., Analiza finansowa przedsiębiorstwa, Marina, Wrocław 2015.
- Biczysko W., Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie turystycznym, PWN, Warszawa 2009.
- Pomykalska B., Pomykalski P., Analiza finansowa przedsiębiorstwa, Wydaw. Nauk. PWN, Warszawa 2007.
- Tauber R.W., W.Biczysko W., *Gospodarka finansowa przedsiębiorstwa turystycznego*, WSHiG, Poznań, 2009.
- Kotowska B., Uziębło A., Wyszkowaka-Kaniewska O., *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie. Przykłady, zadania i rozwiązania*, CeDeWu, Warszawa 2013.
- Dudycz I., *Analiza finansowa jako narzędzie zarządzania finansami przedsiębiorstwa*, Indygo Zahir Media, 2011.
- Bławat F., *Podstawy analizy ekonomicznej. Teorie, przykłady, zadania*, Wydawnictw CeDeWu, Warszawa 2011.
- Bragg Steven M., *Wskaźniki w analizie działalności przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, 2010.

Literatura uzupełniająca:

- Kościelniak H., *Controlling działań przedsiębiorczych przedsiębiorstw [w:] Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. Konkurencja, innowacja, koncepcje zarządzania. T.4 (red.)* GOSTKOWSKA-DŹWIG Sylwia, MROZIK Magdalena, WWZPCZ, Czestochowa 2015.
- Kościelniak H., *Analiza czynników określających udział długu w strukturze kapitału spółek akcyjnych działających na polskim rynku kapitałowym [w:] Zarządzanie kapitałem przedsiębiorstwa. Red. nauk. Helena Kościelniak. WPCz, Czestochowa 2008.*
- Sierpińska M., Jachna T., *Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych*, PWN, Warszawa 2007.
- Monitor Polski – B.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

- Prof. PCz. dr hab. Helena Kościelniak, helena.koscielniak@wz.pcz.pl
Dr inż. Agnieszka Puto, agnieszka.puto@wz.pcz.pl
Dr inż. Katarzyna Brendzel-Skowera, katarzyna.brendzel-skowera@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C1	W1-W14 C1-C15	2,4,3	F1, F2, P1, P2
EU 2	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C1	W1-W14 C1-C15	2,4	F1, F2, P1, P2
EU 3	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C2	W1-W14 C1-C15	2,4	F1, P1, P2
EU 4	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01	C2	W1-W15 C1-C15	1,4	F1, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi dokonać analizy wskaźnikowej kondycji finansowej podmiotu.	Student potrafi oszacować tylko wskaźniki płynności finansowej oraz zadłużenia przedsiębiorstwa.	Student potrafi oszacować wskaźniki płynności finansowej, zadłużenia oraz rentowności przedsiębiorstwa.	Student potrafi oszacować wskaźniki płynności finansowej, zadłużenia oraz rentowności przedsiębiorstwa i dokonać oceny kondycji finansowej podmiotu na podstawie otrzymanych wyników.
Efekt 2	Student nie potrafi dokonać analizy sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa.	Student analizuje niektóre elementy sprawozdania finansowego, często popełnia błędy.	Student poprawnie analizuje sprawozdanie finansowe przedsiębiorstwa. Nie zawsze wyciąga poprawne wnioski.	Student bezbłędnie dokonuje analizy sprawozdania finansowego przedsiębiorstwa, potrafi dobrze wnioskować.
Efekt 3	Student nie potrafi poprawnie określić struktury kapitału przedsiębiorstwa.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego oraz obcego.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego i obcego oraz wskazać na zalety i wady ich wykorzystania w działalności przedsiębiorstwa.
Efekt 4	Student nie potrafi kształtować struktury kapitału z wykorzystaniem dźwigni finansowej i operacyjnej.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej oraz potrafi przedstawić jej formę graficzną.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej, potrafi przedstawić jej formę graficzną oraz szacuje stopień dźwigni finansowej.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej, potrafi przedstawić jej formę graficzną, szacuje stopień dźwigni finansowej oraz dźwignie połączoną.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, w zakładce Informacje dla studentów/plany zajęć.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się również na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem - 3 piętro obok pokoju 310 (budynek główny WZ) a także w budynku DS4, II piętro pokój 76-77.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	MODELOWANIE RYNKU USŁUG TURYSTYCZNYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Ekonometrii i Statystyki
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr hab. Marek Szajt prof. PCz
<u>Profil</u>	Ogólno akademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z teoretycznymi podstawami analiz rynkowych oraz ich znaczenia w procesie decyzyjnym, przedstawienie podstawowych narzędzi analizy i modelowania rynku usług turystycznych.
- C2. Wykształcenie zdolności do samodzielnego gromadzenia danych, budowy baz danych, ich przetwarzania oraz prezentacji i interpretacji, a także weryfikacji merytorycznej uzyskanych na ich podstawie wyników badań empirycznych odnoszących się do badanego obszaru rynku turystycznego.
- C3. Zapoznanie studentów z podstawowymi metodami statystycznymi oraz taksonomicznymi wykorzystywanymi w analizie i modelowaniu rynku usług turystycznych.
- C4. Zapoznanie studentów z metodami ekonometrycznymi wykorzystywanymi w analizie i modelowaniu rynku usług turystycznych.
- C5. Wykształcenie kompetencji do samodzielnego przeprowadzania wszechstronnej analizy wybranego segmentu rynku, zjawisk lub zachowań rynkowych z wykorzystaniem poznanych metod modelowania rynku usług turystycznych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student powinien znać podstawy turystyki, ekonomii oraz zarządzania.
- Student powinien znać podstawowe mierniki statystyczne oraz metody analizy dynamiki zjawisk oraz analizy współzależności zjawisk rynkowych.
- Student powinien identyfikować i rozumieć podstawowe terminy z zakresu nauk społeczno-ekonomicznych.
- Student powinien planować procedury obliczeniowe oraz wykorzystywać zdobyte umiejętności pracy z różnymi pakietami obliczeniowymi.
- Student powinien umieć organizować samodzielnie pracę z zachowaniem zasad logicznego wnioskowania.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi poprawnie zaprojektować i przeprowadzić badanie wybranego segmentu rynku usług turystycznego.

EU 2 – Student zna zagadnienia z zakresu modelowania przestrzenno-czasowego z wykorzystaniem metod statystycznych i taksonomicznych.

EU 3 – Student umie w sposób prawidłowy zbudować model ekonometryczny z uwzględnieniem zasad modelowania ekonometrycznego.

EU 4 – Student wykazuje kompetencje do praktycznego wykorzystania poznanych metod i narzędzi badawczych oraz wykorzystania wyników badań do celów działalności przedsiębiorstwa turystycznego.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1- Istota rynku, jego zakres podmiotowy i przedmiotowy, elementy rynku i mechanizm rynkowy.	4
W 2- Analiza rynku jej cele, przekroje i obszary badań.	2
W 3- Pierwotne i wtórne źródła informacji o rynku usług turystycznych.	2
W 4- Metody statystyczne w modelowaniu zjawisk zachodzących na rynku usług turystycznych.	4
W 5- Modelowanie zjawisk rynkowych z wykorzystaniem metod taksonomicznych.	4
W 6- Modele ekonometryczne w analizach rynku usług turystycznych.	6
W 7- Modelowanie rynku usług turystycznych z wykorzystaniem wielorównaniowych modeli ekonometrycznych.	2
W 8- Sezonowość w modelowaniu rynku usług turystycznych.	4
W 9- Wpływ otoczenia zewnętrznego na zakłócenia w modelach.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	Liczba godzin
C 1- Metody gromadzenia danych, zasady budowy baz danych, przetwarzanie danych. Problemy niedoboru danych, niepełności danych.	2
C 2- Badanie współzależności zjawisk zachodzących na rynku usług turystycznych.	2
C 3- Modele naiwne.	4
C 4- Dobór zmiennych, estymacja oraz weryfikacja modeli ekonometrycznych.	4
C 5- Modelowanie przestrzenne zjawisk rynkowych z wykorzystaniem metod taksonomicznych.	4
C 6- Zastosowanie nieliniowych modeli ekonometrycznych w modelowaniu zjawisk na rynku usług turystycznych.	2
C 7- Wielorównaniowe modele ekonometryczne w modelowaniu złożonych zjawisk na rynku usług turystycznych.	4
C 8- Analiza zjawisk rynkowych w czasie. Funkcja trendu, wskaźniki okresowe i przypadkowe w analizie szeregów czasowych. Wdrażanie wiedzy z zakresu analizy szeregów czasowych do modelowania rzeczywistych zjawisk zachodzących na rynku usług turystycznych z wykorzystaniem pakietów komputerowych.	6
C 9- Przygotowanie projektu dotyczącego analizy wybranego zjawiska rynkowego.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Tablica, kreda
2. Komputery i rzutnik multimedialny
3. Oprogramowanie: *Statistica, Excel, Gretl, Taksonomia*
4. Książki, Roczniki Statystyczne, bazy danych

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

F1. Bieżąca ocena aktywności studenta

F2. Ocena kreatywności w pracach zespołowych

P1. Kompleksowa ocena pracy studentów w całym semestrze z uwzględnieniem ocen cząstkowych

P2. Ocena projektu dotyczącego analizy wybranego zjawiska, obszaru rynkowego z wykorzystaniem poznanych metod i narzędzi analizy rynku

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym Wykład, ćwiczenia	60	2,4
Przygotowanie się do ćwiczeń	10	0,4
Przygotowanie własnego projektu (poza zajęciami)	10	0,4
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	5	0,2
Obecność na konsultacjach	5	0,2
Przygotowanie do egzaminu	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	100	4,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Mruk H., Analiza rynku, PWE, Warszawa 2003.

Rószkiewicz M., Narzędzia statystyczne w analizach marketingowych, C.H.Beck, Warszawa 2002.

Suchocka J., Metody statystyczne: zarys teorii i zadania, Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Wydanie II, Częstochowa, 2003.

Szajt M., Przestrzeń w badaniach ekonomicznych, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa, 2014.

Kukuła K. (red.), Wprowadzenie do ekonometrii w przykładach i zadaniach, PWN, Warszawa 2009.

Maddala G.S., Ekonometria, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Kufel T., Ekonometria. Rozwiązywanie problemów z wykorzystaniem programu GRETL, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

Kędzior Z., Badania rynku. Metody, zastosowania. PWE, Warszawa 2005.

Podstawy marketingu, pod red. J. Altkorna, Instytut Marketingu, Kraków 2004.

Panasiuk A., Marketing w turystyce i rekreacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr hab. Marek Szajt, marek.szajt@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W05, K_U02, K_U03, K_U04, K_U07	C1,C2,C5	W1-W3, C1, C8	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2
EU 2	K_W01, K_W05, K_U02, K_U03, K_U04, K_U07	C2,C3,	W4, W5, C2-C4,	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2
EU 3	K_W01, K_W05, K_U02, K_U03, K_U04, K_U07	C2,C4	W6, W7, C5-C7	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2
EU 4	K_W01, K_W05, K_U02, K_U03, K_U04, K_U07, K_K02	C1,C2,C3, C4,C5	W2, W3, C1-C8	1,2,3,4	F1, F2, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi w najprostszym sposobie przygotować badania rynkowego.	Student prezentuje w „suchy” sposób pomysł na projekt badania.	Student potrafi zaprojektować w szczególności badanie dotyczące wybranego zagadnienia funkcjonowania rynku usług turystycznych.	Student potrafi zaprojektować w szczególności badanie rynkowe na dowolny temat oraz przewidzieć ewentualne trudności związane z wdrożeniem projektu.
Efekt 2	Student nie potrafi określić różnic pomiędzy danymi przestrzennymi, czasowymi i przestrzenno-czasowymi, nie zna metod statystycznych i taksonomicznych.	Student umie wskazać różnice pomiędzy danymi przestrzennymi, czasowymi i przestrzenno-czasowymi, zna metody statystyczne i taksonomiczne, lecz nie potrafi wskazać obszarów ich zastosowania w modelowaniu rynku usług turystycznych.	Student zna metody statystyczne i taksonomiczne, potrafi zastosować je w modelowaniu wybranych zjawisk zachodzących na rynku usług turystycznych.	Student zna metody statystyczne i taksonomiczne, potrafi zastosować je w modelowaniu wybranych zjawisk zachodzących na rynku usług turystycznych, jednocześnie uzasadniając ich dobór. Poprawnie interpretuje otrzymane wyniki dotyczące modelowanego wycinka rynku usług turystycznych.
Efekt 3	Student nie umie przedstawić zależności pomiędzy zmiennymi i zbudować modelu ekonometrycznego.	Student umie przedstawić zależności pomiędzy zmiennymi.	Student umie przedstawić zależności pomiędzy zmiennymi i zbudować model ekonometryczny co najmniej dwoma sposobami.	Student umie przedstawić zależności pomiędzy zmiennymi i zbudować model ekonometryczny co najmniej trzema sposobami i krótko je scharakteryzować.
Efekt 4	Student nie potrafi znaleźć związku pomiędzy poznanymi metodami analizy rynku a ich praktycznym zastosowaniem.	Student zauważa niektóre związki pomiędzy poznanymi metodami analizy rynku i ich zastosowaniem w analizach wybranych zjawisk rynkowych	Student umiejętnie łączy poznaną wiedzę teoretyczną z analizą rzeczywistych zjawisk rynkowych. Potrafi zastosować poznane narzędzia analizy rynku do przeprowadzenia analiz z wybranych obszarów funkcjonowania rynku.	Student umiejętnie łączy poznaną wiedzę teoretyczną z analizą rzeczywistych zjawisk rynkowych. Samodzielnie i krytycznie dokonuje wyboru metod analitycznych i potrafi wskazać możliwości zastosowania ich w różnych obszarach analizy rynku.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Z prezentacjami do zajęć można zapoznać się na wykładach i ćwiczeniach w ramach realizowanego procesu dydaktycznego z przedmiotu.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się w planach zajęć, zamieszczonych na stronie internetowej Wydziału Zarządzania www.zim.pcz.pl/plany.

Informacje na temat terminu zajęć znajdują się w planach zajęć, zamieszczonych na stronie internetowej Wydziału Zarządzania www.zim.pcz.pl/plany.

Informacje na temat konsultacji dostępne są na stronie internetowej Wydziału Zarządzania www.zim.pcz.pl/konsultacje oraz w gablocie informacyjnej Katedry Ekonometrii i Statystyki.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	UBEZPIECZENIA W TURYSTYCE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Roman Garbiec
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie z podstawami teoretycznymi funkcjonowania systemu ubezpieczeń gospodarczych w Polsce.
- C2. Zapoznanie z zasadami tworzenia umów ubezpieczenia i rodzajami ubezpieczeń oferowanymi na polskim rynku ubezpieczeń.
- C3. Zapoznanie z mechanizmami funkcjonowania ubezpieczeń w turystyce i rekreacji w Polsce.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student zna podstawy prawa.
- Student posiada podstawową wiedzę z zakresu makro i mikroekonomii.
- Student zna podstawy finansów.
- Student potrafi zdefiniować i omówić podstawy marketingu usług.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi określić podstawowe mechanizmy funkcjonowania ubezpieczeń gospodarczych.
- EU 2 – Student zna zasady tworzenia i elementy składowe umowy ubezpieczenia.
- EU 3 – Student potrafi określić jakie rodzaje ubezpieczeń oferowane są na polskim rynku i jakie zasady obowiązują w pośrednictwie ubezpieczeniowym.
- EU 4 – Student potrafi określić formy ubezpieczeń w turystyce i rekreacji oraz metody finansowania ubezpieczeń.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W 1, W 2 – Ryzyko jako podstawowe pojęcie ubezpieczeń , jego faktory, rodzaje.	2
W 3 – Podstawowe pojęcia ubezpieczeń, zasady i funkcje ubezpieczeń.	1
W 4, W 5 – Klasyfikacja i rodzaje ubezpieczeń w Polsce.	2
W 6 – W 9 – Formy organizacyjno-prawne działalności ubezpieczeniowej oraz formy pośrednictwa ubezpieczeniowego, podstawy prawne umów ubezpieczeniowych.	4

W 10, W 11 – Podstawy ubezpieczeń społecznych w zakresie świadczeń wypadkowych, chorobowych i rentowych.	2
W 12 – W 14 – Zasady funkcjonowania ubezpieczeń w turystyce.	3
W 15 – Podanie wyników sprawdzianu i wpisy.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 15 godzin	Liczba godzin
C 1 – Zajęcia wprowadzające, określenie reguł uzyskania zaliczenia i reguł dotyczących sprawdzianów w semestrze.	1
C 2 – Podstawowe definicje ryzyka i jego rodzaje i uwarunkowania oraz selekcja i klasyfikacja w zakładach ubezpieczeń.	1
C 3 – Podstawy teoretyczne ubezpieczeń.	1
C 4 – Rynek ubezpieczeń w Polsce, podziały dychotomiczne.	1
C 5 – Rynek ubezpieczeń w Polsce, klasyfikacje wieloelementowe.	1
C 6 – Spółki akcyjne i towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych jako podstawowe formy działalności w sferze ubezpieczeń.	1
C 7 – Działalność agencyjna i brokerska w ubezpieczeniach.	1
C 8 – Budowa i elementy składowe ogólnych warunków ubezpieczenia, obowiązki ubezpieczonych wynikające z zawartej umowy ubezpieczenia.	1
C 9 – Utrata praw z ubezpieczenia, zasada regresu ubezpieczeniowego, udział własny i franszyza jako składniki umowy ubezpieczenia.	1
C 10 – Rodzaje świadczeń chorobowych i rentowych.	1
C 11 – Rodzaje świadczeń wypadkowych.	1
C 12, C 13 – Typy i rodzaje ubezpieczeń w turystyce.	2
C 14 – Sprawdzenie wiadomości (kolokwium).	1
C 15 – Rozliczenie semestralne wraz z możliwością poprawy kolokwium.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki, skrypty
2. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

P1. Kolokwium zaliczeniowe - pisemne na wykładzie lub ćwiczeniach

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Wykład, ćwiczenia	30	1,2
Przygotowanie do ćwiczeń	20	0,8
Przygotowanie do kolokwium	21	0,84
Konsultacje	4	0,16
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Podstawy ubezpieczeń, tom I – mechanizmy i funkcje, Monkiewicz J. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2000.

Podstawy ubezpieczeń, tom II – produkty, Monkiewicz J. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2001.

Daszewski A. Dąbrowska A., Wróblewski T., "Turystyczny Poradnik Ubezpieczeniowy" Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz - Warszawa 2005. Wróblewski, "Turystyczny Poradnik Ubezpieczeniowy" Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz - Warszawa 2005.

Garbiec R., Ubezpieczenia w teorii i praktyce część II – ubezpieczenia gospodarcze i zdrowotne, Wyd.4, WWZPCz, Częstochowa 2016.

Ustawa z 22 maja 2003 roku O działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej

Ustawa z 15 grudnia 2017 roku O dystrybucji ubezpieczeniowej

Ustawa z 22.03.2003 roku o obowiązkowym ubezpieczeniu, ubezpieczeniowym funduszu gwarancyjnym, i polskim biurze ubezpieczeń komunikacyjnych

Ustawa z dnia 24listopada 2017r.o imprezach turystycznych i powiązanych usług turystycznych

Obwieszczenie Ministra Finansów, Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 24 maja 2021 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Rozwoju i Finansów w sprawie minimalnej wysokości sumy ubezpieczenia na rzecz podróży związanej z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i przedsiębiorców ułatwiających nabywanie powiązanych usług turystycznych, DzU 2021 poz. 1022

Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 12 listopada 2013 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie obowiązkowego ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej z tytułu wykonywania czynności agencyjnych

Obwieszczenie Ministra Finansów z dnia 30 grudnia 2014 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie obowiązkowego ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej z tytułu wykonywania działalności brokerskiej

Garbiec R., Ubezpieczenia w teorii i praktyce część I – system ubezpieczeń społecznych, wyd.7, WWZPCz, Częstochowa 2016.

Literatura uzupełniająca:

Mechanizmy funkcjonowania ubezpieczeń gospodarczych, R. Garbiec (red.), Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2010.

Ubezpieczenia w Unii Europejskiej, Monkiewicz J. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2002.

Ubezpieczenia gospodarcze, Sangowski T. (red.), Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2000.

Jedynak P., *Ubezpieczenia gospodarcze. Wybrane elementy teorii i praktyki*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2001.

Ubezpieczenia. Rynek i ryzyko, Ronka-Chmielowiec W. (red.), PWE, Warszawa 2002.

Stroiński Eugeniusz, *Ubezpieczenia na życie*, Poltext, Warszawa 2004.

Doan Olga, *Ubezpieczenia życiowe*, Poltext, Warszawa 1996.

Holly R., *Ubezpieczenia finansowe i gwarancje ubezpieczeniowe*, Poltext, Warszawa 2003.

Jedynak P., *Ubezpieczenia gospodarcze. Wybrane elementy teorii i praktyki*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2001.

Ubezpieczenia. Rynek i ryzyko, Ronka-Chmielowiec W. (red.), PWE, Warszawa 2002.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Roman Garbiec, roman.garbiec@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C1,	W1-W3, W10, W11, C2, C3, C10, C11	1,2	P1, F1
EU 2	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C1, C2	W6-W9, C6-C9	1,2	P1, F1
EU 3	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C2, C3	W4, W5, W7, C4, C5, C6, C7	1,2	P1, F1

EU 4	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05	C2,C3	W12-W15, C12-C13	1,2	P1, F1
------	---	-------	---------------------	-----	-----------

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zdefiniować podstawowych mechanizmów funkcjonowania ubezpieczeń.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia.	Student potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia oraz ryzyko wraz z jego uwarunkowaniami.	Student zna podstawowe pojęcia oraz ryzyko, jego faktory.
Efekt 2	Student nie potrafi kreślić elementów umowy ubezpieczenia.	Student potrafi wymienić podstawowe elementy umowy.	Student potrafi wymienić podstawowe elementy umowy oraz obowiązki stron umowy ubezpieczenia.	Student zna podstawowe elementy umowy oraz obowiązki stron umowy ubezpieczenia i pojęcia franszyzy udziału własnego, regresu ubezpieczeniowego itd.
Efekt 3	Student nie potrafi opisać rodzajów ubezpieczeń w Polsce.	Student potrafi opisać rodzaje ubezpieczeń w Polsce.	Student zna rodzaje ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego.	Student zna rodzaje ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego oraz różnicę pomiędzy nimi.
Efekt 4	Student nie potrafi opisać form ubezpieczeń w Polsce.	Student potrafi opisać formy ubezpieczeń w Polsce i zna rodzaje ubezpieczeń gospodarczych w Polsce.	Student zna formy ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego oraz różnicę pomiędzy nimi i świadczenia społeczne.	Student zna formy ubezpieczeń w Polsce, zasady pośrednictwa ubezpieczeniowego oraz rodzaje ubezpieczeń w turystyce oraz świadczeń społecznych.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacja na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału, oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Kierunek</u>	COACHING W ORGANIZACJI SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Małgorzata Randak – Jezierska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Pogłębienie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu coachingu.
 C2. Poznanie wybranych modeli, metod i narzędzi przydatnych w pracy coachingowej w organizacjach sportowych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Odczuwanie potrzeby doskonalenia własnej wiedzy i umiejętności.
 Umiejętność dyskusowania, krytycyzm.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna zasady, etapy i cele coachingu oraz zadania stojące przed coachem i klientem w procesie zmiany.
 EU 2 – Student potrafi wymienić i opisać kompetencje profesjonalnego coacha.
 EU 3 – Student ma wiedzę na temat modeli wykorzystywanych w coachingu.
 EU 4 – Student posiada wiedzę związaną z wybranymi metodami i narzędziami pracy coacha przydatnymi w organizacjach sportowych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1 – Wprowadzenie do przedmiotu. Pojęcie, rodzaje i cele coachingu.	1
W 2 – Coaching a inne działania wspierające – konsulting, psychoterapia, mentoring, counselling. Matryca oddziaływań edukacyjnych.	1
W 3 – Wykorzystanie coachingu w sporcie.	2
W 4 – Podstawowe zasady coachingu. Etapy coachingu.	2
W 5 – Kompetencje profesjonalnego coacha.	2
W 6 – Komunikacja interpersonalna w coachingu (aktywne słuchanie, blokady komunikacyjne, zadawanie skutecznych pytań, informacje zwrotne, udzielanie wsparcia, komunikacja pozawerbalna).	4

W 7 – Zadania coacha i klienta w procesie coachingu w organizacjach sportowych. Budowanie relacji jako sedno coachingu.	2
W 8 – Zawieranie kontraktu coachingowego. Ustalanie celów.	2
W 9 – Modele wykorzystywane w coachingu.	2
W 10 – Psychologia zmiany. Przeprowadzanie klienta przez proces zmiany.	4
W 11 – Budowanie samoświadomości klienta coachingu.	4
W 12 – Metody i narzędzia pracy coacha przydatne w organizacjach sportowych.	4
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
C 1 – Zajęcia wprowadzające – omówienie zasad prowadzenia ćwiczeń, formy i warunków zaliczenia, przedstawienie problematyki ćwiczeń. Podanie literatury obowiązkowej i uzupełniającej.	1
C 2 – Zadania coacha w organizacjach sportowych.	1
C 3 – Kompetencje coacha w organizacjach sportowych.	1
C 4 – Znaczenie komunikacji interpersonalnej w coachingu.	4
C 5 – Tworzenie i zawieranie kontraktu coachingowego.	1
C 6 – Modele GROW, SMART, EXACT.	2
C 7 – Pogłębianie wiedzy o sobie (samoocena, ograniczające przekonania, znajomość mocnych i słabych stron, motywacja do rozwoju).	2
C 8 – Koło życia.	1
C 9 – Kolokwium zaliczeniowe.	1
C 10 – Wpisy zaliczeń.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- P1. Kolokwium zaliczeniowe

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład i ćwiczenia)	45	1,8
Przygotowanie się do ćwiczeń	8	0,32
Przygotowanie się do zaliczenia	7	0,28
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	10	0,4
Obecność na konsultacjach	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Bennewicz M. (2011), *Coaching i mentoring w praktyce*, G+J Gruner + Jahr Polska, Warszawa.
Rogers J. (2015), *Coaching. Podstawy umiejętności*, GWP, Gdańsk.
Sidor – Rządowska M. (red.) (2009), *Coaching. Teoria, praktyka, studia przypadków*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.

Literatura uzupełniająca:

- Randak – Jezińska M. (2017), *Coaching jako relacja oparta na współdziałaniu*, [w:] K. Kukowska, S. Skolik (red.), *Ludzie - przedsiębiorstwa - instytucje. Współdziałanie i współdzielenie się*

w relacjach społecznych i gospodarczych, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.

Wilczyńska M., Nowak M., Kućka J., Sawicka J., Sztajerwald K. (2013), *Moc coachingu. Poznaj narzędzia rozwijające umiejętności i kompetencje osobiste*, Wydawnictwo Helion, Gliwice.

Wilson C (2007), *Coaching biznesowy: praktyczny podręcznik dla coachów, menedżerów i specjalistów HR*, MT Biznes, Warszawa.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Małgorzata Randak-Jeziarska, m.randak-jeziarska@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W04 K_U08 K_K02	C1	W1-W4, W6-W8, W10, C2, C4, C5, C7	1,2	P1
EU 2	K_W04, K_U08, K_K02	C1	W5, C3	1,2	P1
EU 3	K_W04, K_U08, K_K02	C2	W9, C6	1,2	P1
EU 4	K_W04, K_U08 K_K02	C2	W11, W12, C8	1,2	P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna zasad, etapów, celów coachingu, a także zadań stojących przed coachem i klientem w procesie zmiany.	Student zna wybiórczo zasady, etapy, cele coachingu, a także zadania stojące przed coachem i klientem w procesie zmiany.	Student zna zasady, etapy, cele coachingu, a także zadania stojące przed coachem i klientem w procesie zmiany; potrafi je omówić.	Student zna zasady, etapy, cele coachingu, a także zadania stojące przed coachem i klientem w procesie zmiany; potrafi je omówić i przeanalizować w oparciu o konkretne przykłady.
Efekt 2	Student nie potrafi wymienić i opisać kompetencji profesjonalnego coacha.	Student potrafi wybiórczo wymienić i opisać kompetencje profesjonalnego coacha.	Student potrafi wymienić i opisać kompetencje profesjonalnego coacha; potrafi podać ich adekwatne przykłady.	Student potrafi wymienić i opisać kompetencje profesjonalnego coacha; potrafi podać ich adekwatne przykłady, a także w oparciu o literaturę fachową i osobiste obserwacje potrafi się krytycznie odnieść do analizowanego zagadnienia.
Efekt 3	Student nie ma wiedzy na temat modeli wykorzystywanych w coachingu.	Student ma wybiórczą wiedzę na temat modeli wykorzystywanych w coachingu.	Student ma wiedzę na temat modeli wykorzystywanych w coachingu; potrafi je omówić.	Student ma wiedzę na temat modeli wykorzystywanych w coachingu; potrafi je omówić i oprzeć na konkretnych przykładach.

Efekt 4	Student nie posiada wiedzy związanej z wybranymi metodami i narzędziami pracy coacha przydatnymi w organizacjach sportowych.	Student posiada wybiórczą wiedzę związaną z wybranymi metodami i narzędziami pracy coacha przydatnymi w organizacjach sportowych.	Student posiada wiedzę związaną z wybranymi metodami i narzędziami pracy coacha przydatnymi w organizacjach sportowych; potrafi je omówić.	Student posiada wiedzę związaną z wybranymi metodami i narzędziami pracy coacha przydatnymi w organizacjach sportowych; potrafi je omówić i krótko scharakteryzować.
---------	--	---	--	--

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu (5 piętro, naprzeciw pokoju 513).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	MARKETINGOWE ASPEKTY TURYSTYKI SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Sławomir Kowalski
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Turystyka sportowa</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie i omówienie podstawowych pojęć z zakresu marketingowego zarządzania turystyką sportową i działaniami z nią związanymi. Poznanie zasad marketingowych w zarządzaniu nowoczesnym przedsiębiorstwem turystycznym.
- C2. Przekazanie wiedzy i wskazówek umożliwiających nabycie umiejętności w zakresie planowania i zarządzania wyjazdami w zakresie turystyki sportowej.
- C3. Nabycie przez studentów praktycznych umiejętności w zakresie przygotowania projektów dotyczących zarządzania wybranymi działaniami.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Znajomość podstaw marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem.
Umiejętność sporządzenia sprawozdania z przebiegu realizacji ćwiczeń oraz dokumentacji projektu.
Umiejętność obsługi komputera oraz programów z rodziny MS Office.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania marketingowego w turystyce sportowymi oraz rozumie istotę i rolę projektów w zarządzaniu działaniami.
- EU 2 – Student rozumie zasady zarządzania marketingu oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania marketingowego.
- EU 3 – Student posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania oraz organizowania wykonawstwa i sterowania.
- EU 4 – Student posiada umiejętność wykorzystanie nowoczesnych trendów dla planowania zarządzania obiektem.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W 1 – Wprowadzenie w problematykę marketingu.	2
W 2, 3 – Przegląd narzędzi marketingowych.	4
W 3, 4 – Obecne i przyszłe trendy w zakresie zarządzania marketingowego turystyce.	4

W 5, 6 – Pojęcie i poziomy turystyki sportowej (poziomy narodowy, regionalny i lokalny).	4
W 7, 8 – Turystyka sportowa, rodzaje i przykłady.	4
W 9, 10 – Znaczenie marketingu w turystyce sportowej. Przykłady nowoczesnego wykorzystania.	4
W 11, 12 – Badania rynku i rola klientów w usługach turystyki sportowej.	3
W 13 – Analiza wykonalności planów marketingowego zarządzania wyjazdami.	2
W 14 – Planowanie działań marketingowych w zakresie turystyki sportowej i ich rozliczanie.	2
W 15 – Podsumowanie zajęć.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C 1 – Wprowadzenie w problematykę marketingu. Sprawdzenie wiedzy. Praca w grupach.	2
C 2, 3 – Obecne i przyszłe trendy w zakresie funkcjonowania i zarządzania marketingowego w turystyce. Praca w grupach.	4
C 4, 5 – Cele turystyki sportowej. Przygotowania do projektów.	4
C 6, 7 – Zarządzanie marketingiem przed wyjazdem turystycznym (poziomy narodowy, regionalny i lokalny). Praca w grupach ćwiczeniowych.	4
W 8, 9 – Badania rynku i rola klientów w turystyce sportowej.	4
W 10, 11, 12 – Analiza wykonalności planów marketingowego zarządzania wyjazdami. Analiza porównawcza projektów. Praca projektowa.	6
W 13, 14 – Planowanie konkretnych działań marketingowych. Praca projektowa i dyskusja.	4
W 15 – Podsumowanie zajęć.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Program MS Project
4. Program MS Power Point
5. Tablica
6. Teksty źródłowe/źródła internetowe
7. Formularze/instrukcje do ćwiczeń

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena zadań projektowych oraz ćwiczeń realizowanych w trakcie trwania semestru
F2. Egzamin
P1. Ocena dokumentacji projektu
P2. Ocena całościowa projektu przygotowywanego w grupach na podstawie dokumentacji projektu i jego prezentacji

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład, projekt)	30	1,2
Udział w konsultacjach	25	1,0
Egzamin	5	0,2
Zapoznanie ze wskazaną literaturą	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	100	4,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Kowalski S., Krukowska-Miler A., *Zastosowanie marketingu na rynku usług*. Medycyna-Ratownictwo-Turystyka, Wydawnictwo Naukowe Śląsk, Katowice Sosnowiec 2012.
- Kowalski S., *Marketingowe aspekty organizacji imprez sportowo-rekreacyjnych*, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011.
- Kowalski S., *Profesjonalizacja marketingowego zarządzania w klubach sportowych na rynkach lokalnych* Journal of Education, Health and Sport, vol 5, 11, 2015, s. 481-491.
- Halemba P. 2008. Współczesne problemy zarządzania sportem i turystyką. Wydawnictwo AWF, Katowice.

Literatura uzupełniająca:

- Davidson R., Rogers T. *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events*. Elsevier, Oxford 2007.
- Grzegarek-Więcek B., Hadzik A., Kantyka J., Maciąg J.. *Wieloaspektowe zarządzanie organizacjami turystycznymi i sportowymi – nowy podręcznik dla studentów*, Wydawnictwo AWF, Katowice 2011.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Sławomir Kowalski, slawomir.kowalski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_U01, K_U03, K_K01	C1, C 2	W1 – W5, C1 – C5	1, 2, 5, 6, 7	F1, P1
EU 2	K_W04, K_W06, K_U04, K_K02,	C1, C2, C3	W5 – W9, C5 – C9	1, 2, 3, 5, 6, 7	F1, P1
EU 3	K_W07, K_W09, K_U05, K_U07, K_K04	C1. C2	W10 – W12, C10 – C12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	F1, P1, P2
EU 4	K_W07, K_W09, K_U08, K_U09, K_K05	C2	W13, W14 C10 – C14	1,2,3	F1, F2, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania marketingowego w turystyce sportowej.	Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania marketingowego w turystyce sportowej w stopniu podstawowym.	Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania marketingowego w turystyce sportowej oraz rozumie istotę i rolę projektów w zarządzaniu działaniami.	Student rozumie i posługuje się terminologią z zakresu zarządzania marketingowego w turystyce sportowej oraz rozumie istotę i rolę projektów w zarządzaniu działaniami, a także jest kreatywny w planowaniu.

Efekt 2	Student nie rozumie zasady zarządzania marketingowego w turystyce sportowej.	Student rozumie ogólne zasady zarządzania marketingowego w turystyce sportowej oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania marketingowego.	Student rozumie szczegółowe zasady zarządzania marketingowego w turystyce sportowej oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania marketingowego.	Student rozumie zasady zarządzania marketingowego w turystyce sportowej oraz zna nowoczesne instrumenty zarządzania oraz potrafi je zastosować
Efekt 3	Student nie posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania.	Student posiada podstawowe umiejętności w zakresie definiowania i planowania.	Student posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania oraz organizowania wykonawstwa i sterowania.	Student posiada umiejętności w zakresie definiowania i planowania oraz organizowania wykonawstwa i sterowania oraz potrafi je pokazać.
Efekt 4	Student nie posiada umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów	Student posiada ogólną umiejętność wykorzystania nowoczesnych trendów dla zarządzania marketingowego w turystyce sportowej.	Student posiada dobre umiejętności wykorzystania nowoczesnych trendów zarządzania marketingowego w turystyce sportowej.	Student posiada dobre umiejętności wykorzystania nowoczesnych trendów zarządzania marketingowego w turystyce sportowej oraz potrafi je zaaplikować do zarządzania w konkretnym przypadku.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, w zakładce Informacje dla studentów/plany zajęć.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się również na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem - 3 piętro obok pokoju 310 (budynek główny WZ) a także w budynku DS.4, II piętro pokój 76-77.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	PLANOWANIE I ORGANIZACJA IMPREZ SPORTOWO-REKREACYJNYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Sławomir Kowalski
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Poznanie zasad zarządzania imprezą sportowo-rekreacyjną.
 C2. Poznanie etapów planowania organizacji imprez w branży sportowej i rekreacyjnej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Studenci znają podstawowe zasady działalności efektywnej ekonomicznie.
 Studenci potrafią wskazać najważniejsze zasady zarządzania organizacją.
 Studenci potrafią określić czynniki wpływające na organizację imprez komercyjnych.
 Studenci potrafią wskazać elementy i ich oddziaływanie na organizację przedsięwzięć komercyjnych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi wskazać zasady planowania imprezy sportowo-rekreacyjnej.
 EU 2 – Student potrafi opisać zachowania nabywców na rynku sportowym i rekreacyjnym i elementy na nie wpływające.
 EU 3 – Student potrafi dokonać segmentacji nabywców indywidualnych i instytucjonalnych na rynku sportowym pod kątem organizacji.
 EU 4 – Student potrafi przygotować założenia dotyczące zaplanowania imprezy sportowo-rekreacyjnej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1 - Sport jako podmiot marketingu.	2
W 2 - Marketing sportu a marketing przez sport.	2
W 3 - Segmentacja na rynku sportowym.	2
W 4 - Narzędzia marketingu w sporcie i rekreacji.	2
W 5 - Etapy planowania działalności marketingowej organizacji sportowej i rekreacyjnej.	2
W 6 - Czynniki wpływające na zachowanie klienta w marketingu sportowym.	2
W 7 - Planowanie imprezy sportowej.	2

W 8 - Prawne aspekty organizacji imprez sportowo-rekreacyjnych.	2
W 9 - Negocjowanie jako element przygotowania imprezy.	2
W 10 - Pozyskiwanie sponsorów imprezy sportowej.	2
W 11 - Planowanie promocji imprezy sportowej.	2
W 12 - Planowanie kanałów dystrybucji w marketingu sportowym.	2
W 13 - Rozliczenia finansowe w kontekście imprezy sportowej i rekreacyjnej.	2
W 14 - Kontrola przebiegu imprezy sportowo-rekreacyjnej.	2
W 15 - Podsumowanie zajęć.	2
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 30 godzin	
	Liczba godzin
W 1 - Analiza sportu jako podmiot marketingu.	2
W 2 - Przykłady marketingu sportu a marketing przez sport.	2
W 3 - Segmenty klientów na rynku sportowym.	2
W 4 - Analiza przykładów narzędzi marketingu w sporcie i rekreacji.	2
W 5 - Etapy planowania działalności marketingowej organizacji sportowej i rekreacyjnej w praktyce.	2
W 6 - Czynniki wpływające na popyt na rynku sportowo-rekreacyjnym Ćwiczenia w grupach.	2
W 7 - Planowanie imprezy sportowej na przykładach, praca w grupach.	2
W 8 - Prawne aspekty organizacji imprez sportowo-rekreacyjnych. Analiza studiów przypadków.	2
W 9 - Negocjowanie jako element przygotowania imprezy. Praca w grupach.	2
W 10 - Pozyskiwanie sponsorów imprezy sportowej. Budowa planu sponsorskiego.	2
W 11 - Planowanie promocji imprezy sportowej. Budowa harmonogramu.	2
W 12 - Planowanie kanałów dystrybucji w marketingu sportowym. Praca w grupach.	2
W 13 - Rozliczenia finansowe w kontekście imprezy sportowej i rekreacyjnej. Budowa kosztorysu.	2
W 14 - Kontrola przebiegu imprezy sportowo-rekreacyjnej.	2
W 15 - Podsumowanie zajęć. Kolowium.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Przewodniki i skrypty
2. Case studies
3. Sprzęt audiowizualny

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zadanie projektowe (prezentacja zawierająca plan marketingowy)
P1. Kolokwium zaliczeniowe
P2. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzi/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład, ćwiczenia)	60	2,4
Udział w konsultacjach	10	0,4
Egzamin	5	0,2
Przygotowanie do projektu (poza zajęciami)	25	1,0
Zapoznanie ze wskazaną literaturą	25	1,0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	125	5,0

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Kowalski S., *Marketingowe aspekty organizacji imprez sportowo-rekreacyjnych*, Wydawnictwo WZ Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2011.

Młodzi o sporcie 2016. Marketing w sporcie. Sport w Marketingu, pod red. naukową Karoliny Nessel, Katedra Zarządzania w Turystyce Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016. Wydawnictwo Difin. Warszawa 2007.

Sznajder A., *Marketing sportu*, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2008.

Literatura uzupełniająca:

Mruk H., *Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

Altkorn J., *Marketing w turystyce*, Warszawa 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Sławomir Kowalski, slawomir.kowalski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_U04, K_K01	C1, C2	W 1,2,3,4,14 C 1,2,3,13,14	1,2,3	F1, P1
EU 2	K_W02, K_W04, K_U04, K_U07, K_K02	C1, C2	W 1,2,7,8 C 7,8	1,3	F1, P1
EU 3	K_W04, K_W09, K_W12, K_U07, K_U09, K_K02	C2	W 9 C 13,14,7,8	1,2,3	F1, P1
EU 4	K_W09, K_W12, K_W08, K_U09, K_K05	C2	W10-13 C 9-12	1,2,3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi wskazać zasad zarządzania marketingiem w organizacji sportowej.	Student potrafi wskazać podstawowe zasady zarządzania marketingiem w organizacji sportowej.	Student potrafi wskazać wszystkie zasady zarządzania marketingiem w organizacji sportowej.	Student potrafi wskazać zasady zarządzania marketingiem w organizacji sportowej, także uwzględniające założenia rynkowe.
Efekt 2	Student nie potrafi opisać zachowań nabywców indywidualnych na rynku sportowym.	Student potrafi opisać zachowania nabywców indywidualnych na rynku sportowym.	Student potrafi opisać zachowania nabywców indywidualnych na rynku sportowym i podstawowe elementy na nie wpływające.	Student potrafi opisać zachowania nabywców indywidualnych na rynku sportowym i wszystkie elementy na nie wpływające.

Efekt 3	Student nie potrafi zaplanować imprezy sportowo-rekreacyjnej.	Student potrafi zaplanować imprezę sportowo-rekreacyjną.	Student potrafi zaplanować imprezę sportowo-rekreacyjną oraz uzasadnić podstawowe etapy jej planowania.	Student potrafi zaplanować imprezę sportowo-rekreacyjną oraz uzasadnić podstawowe etapy jej planowania wraz z elementami rynkowymi.
Efekt 4	Student nie potrafi przygotować założeń dotyczących instrumentarium marketingowego dla organizacji imprezy sportowo-rekreacyjnej.	Student potrafi przygotować podstawowe założenia dotyczące instrumentarium marketingowego dla organizacji imprezy sportowo-rekreacyjnej.	Student potrafi przygotować założenia dotyczące instrumentarium marketingowego dla organizacji imprezy sportowo-rekreacyjnej.	Student potrafi przygotować założenia dotyczące instrumentarium marketingowego dla organizacji imprezy sportowo-rekreacyjnej i uzasadnić je w kontekście sytuacji rynkowej organizacji.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu (w budynku głównym – 3 piętro oraz DS.4).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	RACHUNKOWOŚĆ I SYSTEMY PODATKOWE W TURYSTYCE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Finansów, Bankowości i Rachunkowości
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Karolina Rybicka
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Przedstawienie i omówienie problematyki prowadzenia działalności gospodarczej przedsiębiorstw turystycznych w otoczeniu fiskalnym.
- C2. Przekazanie studentom wiedzy w zakresie rachunkowości podatkowej przedsiębiorstw turystycznych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student posiada znajomość podstawowych kategorii ekonomicznych.
- Student posiada wiedzę na temat mechanizmu i zasad funkcjonowania jednostki gospodarczej.
- Student posiada wiedzę na temat metod zarządzania w jednostkach gospodarczych.
- Student ma podstawową wiedzę z zakresu finansów oraz podstaw rachunkowości.
- Student potrafi posługiwać się podstawowymi pojęciami cywilnoprawnymi i dokonywać czynności prawnych.
- Student posiada umiejętność identyfikacji regulacji prawnych dotyczących organizacji i funkcjonowania podmiotów gospodarczych.
- Student posiada umiejętność rozumienia natury źródeł prawa, interpretowania i stosowania prawa w praktyce.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student wykazuje się znajomością podstaw prawnych rachunkowości i podstaw prawnych polskiego prawa podatkowego przedsiębiorstw turystycznych.
- EU 2 – Student potrafi właściwie ustalić poniesione koszty i przychody podatkowe przedsiębiorstw turystycznych.
- EU 3 – Student potrafi wykorzystać informacje o kosztach i przychodach podatkowych przedsiębiorstw turystycznych.
- EU 4 – Student potrafi ustalić podatek naliczony, należny i zobowiązanie podatkowe z tytułu podatku od towarów i usług w przedsiębiorstwie turystycznym.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1 – W2 – Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych źródeł prawa podatkowego w korelacji z prawem bilansowym.	2
W3 – W4 – Pojęcie polskiego systemu podatkowego. Klasyfikacje podatkowe. Podstawowe pojęcia prawa podatkowego.	2
W5 – W10 – Charakterystyka podatków bezpośrednich – podatek dochodowy od osób prawnych i fizycznych. Zakres przedmiotowy i podmiotowy. Pojęcie przychodów i kosztów ich uzyskania. Rozliczenia podatkowe w przedsiębiorstwach turystycznych.	6
W11 – W14 – Charakterystyka podatków pośrednich – podatek VAT. Zakres przedmiotowy i podmiotowy. Podatek naliczony i należny. Szczególne zasady opodatkowania usług turystycznych.	4
W 15 – Instrumenty oddziaływania otoczenia fiskalnego na zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1 – Wprowadzenie do przedmiotu. Omówienie warunków zaliczenia.	1
C2 – C3 – Dokumentacja w prawie podatkowym przedsiębiorstw turystycznych.	2
C4 – C10 – Ustalanie zobowiązania podatkowego przedsiębiorstw turystycznych w oparciu uproszczone formy ewidencji podatkowej.	7
C11 – C17 – Ustalanie zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych. Ewidencja podatku dochodowego. Wyłączenia z kosztów uzyskania przychodów w praktycznych przykładach.	7
C18 – C24 – Rozliczenie miesięczne podatku VAT. Podatek naliczony i należny. Ewidencja zakupów i sprzedaży w przedsiębiorstwach turystycznych. Rozliczenie podatku VAT.	7
C25 – C28 – Ćwiczenia z zakresu ustalania zobowiązań w zakresie podatków kosztowych, ubezpieczeń społecznych przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw turystycznych.	4
C29 – C30 – Kolokwium zaliczeniowe.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Zestawy zadań przekazane studentom do rozwiązania

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Aktywność na zajęciach
P1. Kolokwium zaliczeniowe obejmujące zadania do rozwiązania oraz elementy teorii w formie pisemnej

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	45	1,8
Przygotowanie do zajęć	10	0,4
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą	5	0,2
Rozwiązywanie dodatkowych zadań	5	0,2
Konsultacje	5	0,2
Przygotowanie do kolokwium	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Brzeziński B., *Wstęp do nauki prawa podatkowego*, Dom Organizatora TNOiK, Toruń 2003.
- Cebrowska T., *Rachunkowość finansowa i podatkowa*, PWN, Warszawa 2010.
- Gabrusewicz W., Kamieniecka M., *MSR 12 podatek dochodowy*, DIFIN, Warszawa 2007.
- Kiziukiewicz T., Sawicki K., *Rachunkowość mikro i małych przedsiębiorstw: ewidencja podatkowa i bilansowa*, PWE, Warszawa 2016.
- Litwińczuk H., *Prawo podatkowe przedsiębiorców*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 2017.
- Mastalski R., *Prawo podatkowe*, BECK, Warszawa 2018.
- Olchowicz I., *Rachunkowość podatkowa*, Difin, Warszawa 2011.
- Szczodrowski G.: *Polski system podatkowy. Strategia transformacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2007.
- Szymański W., *Strategie podatkowe osób prawnych w Unii Europejskiej*, BECK, Warszawa 2009.
- Tomala G., Szymankiewicz M., *Podatek VAT w jednostkach sektora finansów publicznych*, ODDK, Gdańsk 2017.
- Trzpięta K., *Podatek odroczony: praktyczne wskazówki eksperta*, Wydawnictwo Wiedza i Praktyka, Warszawa 2017.
- Ustawa z dnia 20 listopada 1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne ze zmianami.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. Ordynacja podatkowa ze zmianami.
- Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych ze zmianami.
- Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych ze zmianami.
- Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług ze zmianami.

Literatura uzupełniająca:

- Cyganik M., *Legal English*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2013.
- Policy Issues in Insurance: Investment, Taxation, Insolvency*, Wydawnictwo OECD, Paris 1996.
- Nightingale K., *Taxation Theory and Practice*, Harlow Prentice Hall, 2000.
- Jamróży M., *Corporate Tax and Non-Tax Charges*, SGH, Warszawa 2015.
- Jorgenson D.W., *Tax Policy and the Cost of Capital*, The MIT Press, Cambridge, 1996.
- Daily A.F.W., *Tax Savvy for Small Business: Year-Round Tax Strategies to Save You Money*, Nolo, Berkeley 2002.
- Nyk M., *Tax planning for small and medium enterprises*, Zeszyty Naukowe Annals of Marketing Management and Economics, University of Lodz, 2016.
- Rybicka K., *Fixed Assets in the Accounting Act and Tax Law*, [in:] *Financial Management in Risk and Uncertainty Conditions*. Joint work ed. by Alfreda Zachorowska, Dariusz Wielgórka Wydawnictwo PCZ, Częstochowa 2009.
- Rybicka K., *Zasady opodatkowania osób prawnych w Polsce i Niemczech - analiza porównawcza*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie, Sosnowiec 2013.
- Rybicka K., *Wybrane aspekty optymalizacji podatkowej w małych przedsiębiorstwach*, Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie, Sosnowiec 2016.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIĘ, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr Karolina Rybicka, karolina.rybicka@wz.pcz.pl

Dr Marcin Stępień, marcin.stepien@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W07, K_U01, K_K01	C1, C2	W1-W4, C1-C3	1,2,3	F1, P1
EU 2	K_W08, K_U02, K_U07, K_K01	C1, C2	W5-W10, C4- C10, C11-C17, C25-C28	1,2,3	F1, P1

EU 3	K_W08, K_U03, K_U07, K_K01	C1, C2	W15, C10, C17, C24, C28	1,2,3	F1, P1
EU 4	K_W08, K_U07, K_K01	C1, C2	W11-W14, C18-C24	1,2,3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna podstaw prawnych rachunkowości i polskiego prawa podatkowego przedsiębiorstw turystycznych.	Student zna kilka podstaw prawnych rachunkowości i polskiego prawa podatkowego przedsiębiorstw turystycznych.	Student zna wszystkie podstawy prawne rachunkowości i polskiego prawa podatkowego przedsiębiorstw turystycznych, nie umie dokonać ich klasyfikacji.	Student zna wszystkie podstawy prawne rachunkowości i polskiego prawa podatkowego przedsiębiorstw turystycznych, umie dokonać ich klasyfikacji.
Efekt 2	Student nie potrafi ustalić poniesionych kosztów i przychodów podatkowych.	Student potrafi ustalić niektóre poniesione koszty i przychody podatkowe.	Student potrafi właściwie ustalić poniesione koszty i przychody podatkowe.	Student potrafi właściwie ustalić poniesione koszty i przychody podatkowe oraz ustalić ich wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych.
Efekt 3	Student nie potrafi zidentyfikować informacji o kosztach i przychodach podatkowych przedsiębiorstw turystycznych.	Student potrafi zidentyfikować kilka informacji o kosztach i przychodach podatkowych przedsiębiorstw turystycznych.	Student potrafi zidentyfikować informacje o kosztach i przychodach podatkowych przedsiębiorstw turystycznych.	Student potrafi zidentyfikować oraz wykorzystać informacje o kosztach i przychodach podatkowych przedsiębiorstw turystycznych w wybranych konstrukcjach podatkowych.
Efekt 4	Student nie identyfikuje podatku naliczonego i należnego.	Student identyfikuje podatek naliczony i należny, ale nie potrafi ustalić zobowiązania z tytułu podatku od towarów i usług w przedsiębiorstwie turystycznym.	Student potrafi właściwie ustalić podatek naliczony, należny i zobowiązanie podatkowe z tytułu podatku od towarów i usług w przedsiębiorstwie turystycznym.	Student potrafi właściwie ustalić podatek naliczony, należny i zobowiązanie podatkowe z tytułu podatku od towarów i usług oraz umie sporządzić deklaracje podatkowe w przedsiębiorstwie turystycznym.

* opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacja, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć itp. literatura obowiązkowa i uzupełniająca podawana jest studentom na pierwszych zajęciach.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Finansów, Bankowości i Rachunkowości (budynek DS4, parter).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	SEMINARIUM DYPLOMOWE
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia kierunkowego
<u>Liczba punktów ECTS</u>	2

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
-	-	-	-	30

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Szczegółowe omówienie zagadnień związanych z przygotowaniem pracy licencjackiej.
- C2. Scharakteryzowanie metodologii badań naukowych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student ma podstawową wiedzę z zakresu metod badań naukowych.

Student prezentuje wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu.

Student potrafi wyjaśnić na czym polega proces tworzenia pracy licencjackiej.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi zbudować prawidłową strukturę pracy licencjackiej.

EU 2 – Student charakteryzuje i stosuje różne metody badań naukowych, niezbędnych do oceny zdarzeń gospodarczych.

EU 3 – Student potrafi dokonać oceny prawidłowości struktury pracy licencjackiej.

EU 4 – Student potrafi wskazać metody poszukiwania źródeł informacji niezbędnych w badaniach naukowych.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – SEMINARIUM - 15 godzin	Liczba godzin
S1 - Pogłębiona analiza budowy i pisania pracy licencjackiej.	2
S2 - Proces pisania pracy licencjackiej.	9
S3 - Korzystanie z dotychczasowego dorobku naukowego.	9
S4 - Etyczne problemy przy pisaniu pracy licencjackiej.	1
S5 - Prezentacja dotychczasowych wyników badań w pracy licencjackiej.	4
S6 - Autoreferat przygotowanej pracy licencjackiej.	5

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Sprawdzenie planu pracy dyplomowej jej części praktycznej
P1. Ocena prezentacji na temat stopnia zaawansowania pracy dyplomowej – część praktyczna, wyniki badań, wnioski

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności		Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
		[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym	Seminarium	30	1,2
Przygotowanie prezentacji		10	0,4
Udział w konsultacjach		10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		50	2,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Praca magisterska-licencjat: krótki przewodnik po metodologii pisania i obrony pracy dyplomowej, R. Zenderowski, CeDeWu Wydaw. Fachowe, Warszawa 2015.

Metodyka studiowania, red. nauk. A. Andrzejczak, Wydaw. Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2014.

Jak pisać pracę licencjacką lub magisterską: poradnik dla studentów, B. Stoczewska, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2013.

Literatura uzupełniająca:

Metodyka wykonywania inżynierskich i magisterskich prac dyplomowych, T. Rawa, Wydaw. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2012.

Jak pisać pracę magisterską? Poradnik dla studentów Węglińska M., Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2016.

Rozprawy naukowe, praca zbiorowa pod red. Z. Kłosa, Wydaw. Politechniki Poznańskiej, Poznań 2011.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Agnieszka Widawska-Stanis, agnieszka.widawska-stanis@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_W05, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C1,	S1, S2	1, 2, 3, 4,	F1, P1
EU 2	K_W02, K_W03, K_W05, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C2	S3, S5	1, 2, 3, 4,	F1, P1
EU 3	K_W02, K_W03, K_W05, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C1, C2	S1, S6	1, 2, 3, 4,	F1, P1

EU 4	K_W02, K_W03, K_W05, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03	C2,	S1, S3, S5	1, 2, 3, 4,	F1, P1
------	---	-----	------------	-------------	-----------

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zbudować prawidłowej struktury pracy licencjackiej.	Student częściowo potrafi zbudować prawidłową strukturę pracy licencjackiej.	Student potrafi zbudować prawidłową strukturę pracy licencjackiej.	Student potrafi zbudować prawidłową strukturę pracy licencjackiej w praktyce.
Efekt 2	Student nie potrafi scharakteryzować i stosować różnych metod badań naukowych, niezbędnych do oceny zdarzeń gospodarczych.	Student częściowo charakteryzuje i stosuje różne metody badań naukowych, niezbędnych do oceny zdarzeń gospodarczych.	Student charakteryzuje i stosuje różne metody badań naukowych, niezbędnych do oceny zdarzeń gospodarczych.	Student charakteryzuje i stosuje różne metody badań naukowych, niezbędnych do oceny zdarzeń gospodarczych, zna możliwości zastosowania ich w praktyce.
Efekt 3	Student nie potrafi dokonać oceny prawidłowości struktury pracy licencjackiej.	Student częściowo potrafi dokonać oceny prawidłowości struktury pracy licencjackiej.	Student potrafi dokonać oceny prawidłowości struktury pracy licencjackiej.	Student potrafi dokonać oceny prawidłowości struktury pracy licencjackiej i widzi wynikające z niej zależności.
Efekt 4	Student nie potrafi wskazać metody poszukiwania źródeł informacji niezbędnych w badaniach naukowych	Student częściowo potrafi wskazać metody poszukiwania źródeł informacji niezbędnych w badaniach naukowych	Student potrafi wskazać metody poszukiwania źródeł informacji niezbędnych w badaniach naukowych	Student potrafi wskazać właściwe metody poszukiwania źródeł informacji niezbędnych w badaniach naukowych oraz zastosować je w praktyce.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, itp., (jeśli to konieczne), przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu (p. 314, Budynek Główny WZ).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	STRATEGIA PROMOCJI USŁUG TURYSTYCZNYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Anna Niedzielska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	5

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Charakterystyka promocji mix i jej narzędzi wykorzystywanych w turystyce.
 C2. Zapoznanie z praktycznymi aspektami realizacji polityki promocji mix przez organizacje z branży turystycznej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student posiada wiedzę z zakresu podstaw zarządzania.
 Student umie wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z funkcjonowaniem organizacji na rynku.
 Student potrafi wyjaśnić na czym polega istota marketingu.
 Student zna procedurę racjonalnie prowadzonej działalności marketingowej.
 Student potrafi wymienić i omówić składowe marketingu mix.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi określić co jest istotą promocji w usługach turystycznych i co składa się na promocyjny mix organizacji funkcjonujących w tej branży.
 EU 2 – Student potrafi wymienić i omówić wszystkie klasyczne i dodatkowe elementy promocji mix stosowane w turystyce.
 EU 3 – Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające wybrany środek promocji mix (podstawowy i dodatkowy) od pozostałych narzędzi promocyjnych stosowanych przez podmioty świadczące usługi turystyczne.
 EU 4 – Student potrafi zaproponować realizację polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji z branży turystycznej w zainicjowanej sytuacji rynkowej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 30 godzin	Liczba godzin
W1 - Wprowadzenie do przedmiotu. Istota i zasady współczesnego marketingu.	2
W2 - Proces i struktura marketingowego komunikowania się organizacji z rynkiem.	2
W3 - Pojęcie, funkcje i składniki promocji mix oraz ich integracja.	2
W4 - Reklama jako forma promocyjnego oddziaływania na rynek turystyczny.	6

W5 - Promocja sprzedaży jako źródło dodatkowych korzyści dla nabywców usług turystycznych.	3
W6 - Rola sprzedaży osobistej w budowaniu właściwych relacji z klientem.	2
W7 - Marketing bezpośredni i interaktywny na rynku turystycznym.	2
W8 - Promocyjne narzędzia public relations w branży usług turystycznych.	4
W9 - Przygotowywanie, realizacja i kontrola efektów kampanii promocyjnych na rynku turystycznym.	4
W10 - Praktyczne zastosowanie promocyjnego mix w działalności organizacji z branży turystycznej.	2
W11 - Wpływ trendów i zmian w skali makrootoczenia na charakter działań promocyjnych podmiotów świadczących usługi turystyczne.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1 - Zajęcia wprowadzające. Prezentacja reguł uzyskania zaliczenia. Geneza i ewolucja marketingu.	2
C2 - Modele komunikacji – ćwiczenie w zespołach.	2
C3 - Zintegrowana komunikacja marketingowa – ćwiczenie w zespołach.	2
C4 - Strategie i techniki reklamy – jej formy i środki na rynku turystycznym – ćwiczenie w zespołach.	6
C5 - Promocja sprzedaży jako źródło dodatkowych korzyści dla nabywców usług turystycznych – ćwiczenie w grupach.	2
C6 - Rola sprzedaży osobistej w budowaniu właściwych relacji z klientem – studium przypadku.	2
C7 - Wykorzystanie marketingu bezpośredniego i interaktywnego w branży turystycznej – ćwiczenie w zespołach.	2
C8 - Znaczenie public relations w branży turystycznej – studium przypadku.	2
C9 - Synergia i integracja instrumentów promocji mix – ćwiczenie w zespołach.	4
C10 - Prezentacja prac zaliczeniowych.	4
C11 - Podsumowanie zajęć oraz wystawienie ocen.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Książki, podręczniki, artykuły w specjalistycznych czasopismach
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej
5. Filmy, prezentacje zdjęciowe, materiały pochodzące z praktyk marketingowych przedsiębiorstw

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ćwiczenia w grupach – aktywność na zajęciach
 F2. Projekty przygotowywane w kilkusobowych zespołach
 P1. Egzamin pisemny

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład, ćwiczenia)	60	2,4
Przygotowanie do ćwiczeń	15	0,6
Przygotowanie do zaliczenia i egzaminu	30	1,2
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	10	0,4
Obecność na konsultacjach	10	0,4
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	125	5,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Pabian A., *Promocja. Nowoczesne środki i formy*, Wyd. Difin, Warszawa 2008.

Panasiuk A., *Marketing w turystyce i rekreacji*, PWN, Warszawa 2013.

Kruczek Z., Walas B., *Promocja i informacja w turystyce*, Proksenia, Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca:

Gębarowski M., *Nowoczesne formy promocji*, Oficyna Wydaw. Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów 2007.

Marczak M., Boguszewicz-Kreft M., *Promocja usług*, CeDeWu, Warszawa 2015.

Wiktor J.W., *Promocja: system komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem*, PWN, Warszawa 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Anna Niedzielska, anna.niedzielska@wz.pcz.pl

Dr inż. Joanna Pikula-Malachowska, joanna.pikula-malachowska@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W04, K_W11, K_U01, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	W1-W3, W11, Ć1-Ć3, Ć10-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, P1
EU 2	K_W01, K_W11, K_U01, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	W4-W8, Ć4-Ć8, Ć10-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, P1
EU 3	K_W01, K_W11, K_U01, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05	C1, C2	W4-W8, Ć4-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, P1
EU 4	K_W01, K_W03, K_W11, K_U01, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K05	C1, C2	W9-W11, Ć9-Ć11	1, 2, 3, 4, 5	F1, F2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi określić co jest istotą promocji w turystyce.	Student potrafi określić co jest istotą promocji w turystyce.	Student potrafi określić co jest istotą promocji w turystyce i co składa się na promocyjny mix podmiotów świadczących usługi turystyczne.	Student potrafi określić co jest istotą promocji w turystyce i co składa się na promocyjny mix organizacji funkcjonujących w tej branży na wybranych przykładach.
Efekt 2	Student nie potrafi wymienić i omówić klasycznych elementów promocji mix stosowanych w turystyce.	Student potrafi wymienić i omówić klasyczne elementy promocji mix stosowane w turystyce.	Student potrafi wymienić i omówić klasyczne i dodatkowe elementy promocji mix stosowane w turystyce.	Student potrafi wymienić i omówić klasyczne i dodatkowe elementy promocji mix stosowane w turystyce na wybranych przykładach.

Efekt 3	Student nie potrafi wskazać i omówić cech odróżniających wybrany środek promocji mix (podstawowy i dodatkowy) od pozostałych narzędzi promocyjnych stosowanych przez organizacje z branży usług turystycznych.	Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające klasyczne narzędzia promocji mix od pozostałych stosowanych przez organizacje z branży usług turystycznych.	Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające dodatkowe instrumenty promocji mix od pozostałych stosowanych przez organizacje z branży usług turystycznych.	Student potrafi wskazać i omówić cechy odróżniające wybrany środek promocji mix (podstawowy i dodatkowy) od pozostałych narzędzi promocyjnych stosowanych przez organizacje z branży usług turystycznych na wybranych przykładach.
Efekt 4	Student nie potrafi przedstawić i omówić przykładu działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji z branży turystycznej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli.	Student potrafi przedstawić i omówić przykład działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji z branży turystycznej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli, posiłkując się notatkami i wykazując słabą interakcję z treściami ujętymi w pracy zaliczeniowej.	Student potrafi przedstawić i omówić przykład działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji z branży turystycznej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli, wykazując silną interakcję z treściami ujętymi w pracy zaliczeniowej, ale posiłkując się notatkami.	Student potrafi przedstawić i omówić przykład działań w zakresie realizacji polityki promocyjnej dla konkretnej organizacji z branży turystycznej w zainicjowanej sytuacji rynkowej w ramach pracy zaliczeniowej, np. w formie mapy myśli, wykazując silną interakcję z treściami ujętymi w pracy zaliczeniowej i nie korzystając z notatek.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do zadań itp. prezentowane są studentom na zajęciach, jeśli wymaga tego formuła zajęć przesyłane są drogą elektroniczną na adresy mailowe poszczególnych grup dziekańskich.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsc) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz na drzwiach pokoi pracowników Katedry Marketingu prowadzących zajęcia (DS4 – pok. 45).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ZARZĄDZANIE KADRAMI W ORGANIZACJI SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Anna Albrychiewicz-Słocińska
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i procesami z dziedziny zarządzania kadrami.
 C2. Wprowadzenie, omówienie i przyswojenie przez studentów teoretycznego i praktycznego znaczenia zarządzania kadrami w organizacji sportowej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- Student posiada wiedzę z zakresu strategicznego zarządzania organizacją.
 Student posiada podstawową wiedzę z zakresu psychologii i socjologii zarządzania.
 Student posiada podstawową wiedzę z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student zna podstawowe i szczegółowe pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania kadrami.
 EU 2 – Student rozumie i potrafi określić specyfikę zarządzania kadrami w organizacji sportowej.
 EU 3 – Student potrafi przedstawić przykłady nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w organizacji sportowej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 30 godzin	Liczba godzin
W 1, W 2 – Przypomnienie podstawowych pojęć i definicji z zakresu zarządzania kadrami w kontekście zarządzania strategicznego.	2
W 3, W 4 – Proces kadrowy, jako narzędzie zarządzania kadrami.	2
W 5 – Zróżnicowany zakres stanowisk i kompetencji w odniesieniu do realizacji funkcji personalnej w organizacjach sportowych.	1
W 6 – Procesy rekrutacji, selekcji i wprowadzenia do pracy.	1
W 7 – Problemy adaptacji społeczno-zawodowej.	1
W 8 – Planowanie i zarządzanie kompetencjami w organizacji sportowej.	1
W 9 – Rozwój personalny i kształtowanie ścieżek kariery.	1

W 10, W 11 – Systemy motywacyjne a zarządzanie kadrami w organizacji sportowej.	2
W 12 – Systemy ocen pracowniczych – kryteria, błędy oceny, techniki i narzędzia oceny.	4
W 13 – Systemy ocen uwzględniające rozwiązania systemów motywacyjnych i zarządzanie kompetencjami.	4
W 14 – Zarządzanie talentami.	3
W 15 – Podsumowanie zagadnień z zakresu zarządzania kadrami w turystyce.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C 1 – Omówienie literatury przedmiotu, kryteriów ocen oraz zasad zaliczenia przedmiotu – przygotowania prac zaliczeniowych.	1
C 2 – Przygotowanie projektu struktury organizacyjnej.	1
C3, C 4, C 5, C 6 – Konstruowanie profilu stanowiska oraz przygotowywanie opisu stanowiska pracy dla celów projektów w obszarze HR w organizacji sportowej.	4
C 7, C 8, C 9, C 10, – Konstruowanie arkuszy oceny okresowej dla przykładowych stanowisk pracy w organizacji sportowej.	4
C 11, C 12, C 13, C 14 – Projektowanie procesu rekrutacji i selekcji personelu w odniesieniu do stanowisk w organizacjach sportowych.	4
C 15, C 16, C 17, C 18 – Wizerunek pracodawcy (Employer Branding). Praca nad projektem kampanii PR pracowniczego.	4
C 19, C 20, C 21, C 22 – Budowanie propozycji spójnych systemów wynagradzania.	4
C 23, C 24, C 25 – Motywowanie pozapłacowe w organizacjach sportowych.	3
C 26, C 27, C 28, C 29 – Programy rozwoju kadr – wykorzystanie nowoczesnych technik szkoleniowych.	4
C 30 – Zajęcia zaliczeniowe – sprawdzian.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Prezentacje multimedialne
2. Case study – analiza przypadków dotyczących rozwiązań wykorzystywanych przez organizacje branży turystycznej w zakresie zarządzania kadrami
3. Analiza aktów prawnych w zakresie prawa pracy

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Konstruowanie projektów cząstkowych z obszaru zarządzania kadrami w organizacji sportowej
P1. Sprawdzian pisemny

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład i ćwiczenia)	45	1,8
Przygotowanie się do ćwiczeń	10	0,4
Przygotowanie się do zaliczenia	10	0,4
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą (poza zajęciami)	6	0,24
Obecność na konsultacjach	4	0,16
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

- Armstrong M., *Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi*; tł. z ang. Warszawa: Wolters Kluwer Polska Sp. z o. o., 2010.
- Bąk-Grabowska D., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w warunkach stosowania niestandardowych form zatrudnienia*, Monografie i Opracowania, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, 2016.
- Król H., Ludwiczynski A., *Zarządzanie Zasobami Ludzkim. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*. PWN. Warszawa 2007, Warszawa: Wydawnictwo C.H.Beck 2005.
- Syrkiewicz-Świłała M., Holeccki T. *Zarządzanie zasobami ludzkimi w ochronie zdrowia*, Katowice; Śląska Akademia medyczna, 2007.
- Golnau W., Kalinowski M., Litwin L., *Zarządzanie zasobami ludzkimi: praca zbiorowa*, pod red. Wiesława Golnau, Warszawa: CeDeWu, Wydawnictwa Fachowe, 2012.
- Białas S., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w otoczeniu międzynarodowym: kulturowe uwarunkowania*, Warszawa: Wydawnictwa Profesjonalne PWN, 2013.
- Armstrong M., Cummins A., *Zarządzanie wynagrodzeniami: zestaw narzędzi*; tł. z ang. Warszawa: Wolters Kluwer, 2015.
- Czarnecka A., Albrychiewicz-Słocińska A., Gavriła-Paven I., Poor J., Skiba Ł., *Challenges in Management of Employees' Ethical Attitudes* [w:] *Managerial Trends in the Development of Enterprises in Globalization Era* (red.) Kosciarova I., Kadekova Z., Slovak University of Agriculture in Nitra, Nitra 2017.
- Czarnecka A., Słocińska A., *The Importance of Human Resources Management for New Public Management. Polish Example* [w:] *Contemporary Issues of Enterprise Management in Poland and Hungary* (red.) NOWICKA-SKOWRON M., ILLES C. B., TOZSER J., Szent Istvan University Publishing, Gödöllő 2016.
- Słocińska A., Czarnecka A., *Knowledge Sharing as an Indicator of Network Logic* [w:] *Human Resource Management and Corporate Competitiveness*. Ed. C. B. Illes, F. Bylok, A. Dunay, Szent Istvan University Publishing, Gödöllő 2012.
- Czarnecka A., Słocińska A., *Staff Training and Improvement as a Factor in Building Human Capital in Organizations* [w:] *SME's Management in the 21st Century. Challenges and Solutions*. (Ed.) C.B. Illes, Publishing Section of the Faculty of Management Częstochowa University of Technology, Częstochowa 2012.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Anna Albrychiewicz-Słocińska, anna.albrychiewicz-slocinska@wz.pcz.pl

Dr inż. Aleksandra Czarnecka, aleksandra.czarnecka@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U08, K_K03, K_K05	C1, C2	W1 –W4	1	P1
EU 2	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U08, K_K03, K_K05	C1, C2	W5-W15, C3 –C30	1,2,3	F1, P1
EU 3	K_W01, K_W03, K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U08, K_K03, K_K05	C1, C2	W5-W30, C3 –C30	1,2,3	F1, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie zna głównych pojęć, procesów i narzędzi zarządzania kadrami.	Student posiada częściową wiedzę z zakresu głównych pojęć, procesów i narzędzi zarządzania kadrami.	Student zna główne pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania kadrami.	Student zna podstawowe i szczegółowe pojęcia, procesy i narzędzia zarządzania kadrami.
Efekt 2	Student nie rozumie specyfiki zarządzania kadrami w organizacji sportowej.	Student rozumie i potrafi w sposób wyrywkowy nakreślić specyfikę zarządzania kadrami organizacji sportowej.	Student rozumie specyfikę zarządzania kadrami w organizacji sportowej i potrafi ją wyjaśnić w sposób ogólny.	Student rozumie specyfikę zarządzania kadrami w organizacji sportowej i potrafi ją przedstawić w odniesieniu do poszczególnych procedur i narzędzi wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w turystyce.
Efekt 3	Student nie potrafi przedstawić przykładów nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w organizacji sportowej.	Student potrafi przedstawić przykłady nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w organizacji sportowej.	Student potrafi przedstawić wyrywkowe przykłady nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w organizacji sportowej.	Student potrafi przedstawić szeroki wachlarz przykładów nowoczesnych metod wykorzystywanych w zarządzaniu kadrami w organizacji sportowej.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów”.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) znajdują się na stronie internetowej wydziału w zakładce „Dla studentów” oraz podawane są na pierwszej godzinie zajęć, a także znajdują się w gablocie Katedry Socjologii, Psychologii i Komunikacji w Zarządzaniu.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	TURYSTYKA SPORTOWA
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Marketingu
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr Sławomir Kowalski
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenie w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

- C1. Zapoznanie studentów z terminologią w turystyce sportowej.
- C2. Przedstawienie i omówienie podstawowych celów wyjazdów turystyki sportowej.
- C3. Zapoznanie studentów z głównymi tendencjami rozwoju produktów w turystyce sportowej na świecie i w Polsce.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student posiada wiedzę na temat celów turystyki sportowej.
 Student posiada wiedzę z zakresu podstawowych tendencji rozwoju produktów w turystyce sportowej w Polsce i na świecie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

- EU 1 – Student potrafi posługiwać się terminologią w zakresie turystyki sportowej.
- EU 2 – Student potrafi scharakteryzować imprezy sportowej.
- EU 3 – Student potrafi opisać główne cele turystyki sportowej.
- EU 4 – Student potrafi opisać tendencje we współczesnej turystyce religijnej w Polsce.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY – 15 godzin	Liczba godzin
W 1- Terminologia dotycząca turystyki sportowej i wyjazdów na imprezy sportowe.	1
W 2- Turystyka sportowa na świecie.	1
W 3- Turystyka sportowa w kontekście turystyki wycieczkowej.	1
W 4- Charakterystyka głównych celów turystyki.	1
W 5- Historia turystyki sportowej.	1
W 6- Cele wyjazdów sportowych.	1
W 7- Wycieczka na imprezę sportową jako produkt marketingowy.	1
W 8- Wycieczka na imprezę sportową jako produkt marketingowy c.d.	1
W 9- Stadiony świata.	1
W 10- Zagospodarowanie turystyczne stadionów i imprez sportowych.	1

W 11- Zagospodarowanie turystyczne stadionów i imprez sportowych c.d.	1
W 12- Turystyka sportowa wybranych obiektów.	1
W 13- Tendencje w obecnej turystyce sportowa w Polsce.	1
W 14- Badania dotyczące polskiej turystyki sportowej.	1
W 15- Charakterystyka biur specjalizujących się w organizacji wycieczek sportowych.	1
Forma zajęć – ĆWICZENIA – 15 godzin	Liczba godzin
Ć 1- Zajęcia wprowadzające – terminologia dotycząca turystyki sportowej.	1
Ć 2- Ćwiczenia w zespołach – Turystyka sportowa na świecie.	1
Ć 3- Ćwiczenia w zespołach – Turystyka sportowa w Polsce.	1
Ć 4- Ćwiczenia w zespołach – Charakterystyka głównych celów wycieczek sportowych.	1
Ć 5- Ćwiczenia w zespołach – Historia turystyki sportowej pielgrzymowania w Polsce.	1
Ć 6- Ćwiczenia w zespołach – Stadion jako produkt turystyczny.	1
Ć 7- Ćwiczenia w zespołach – Wycieczka sportowa jako produkt turystyczny.	1
Ć 8- Test sprawdzający wiedzę studentów w zakresie tematyki z zajęć Ć1 – Ć7.	1
Ć 9- Ćwiczenie w zespołach – Organizacja wycieczki sportowej.	1
Ć 10- Ćwiczenie w zespołach – Zagospodarowanie turystyczne stadionów.	1
Ć 11- Ćwiczenie w zespołach – Zagospodarowanie turystyczne imprez sportowych.	1
Ć 12- Ćwiczenie w zespołach – Turystyka sportowa obiektów.	1
Ć 13- Ćwiczenie w zespołach – Tendencje w obecnej turystyce sportowej.	1
Ć 14- Ćwiczenie w zespołach – Charakterystyka biur specjalizujących się w organizacji turystyki sportowej.	1
Ć 15- Test sprawdzający wiedzę studentów z całości materiału. Podsumowanie zajęć.	1

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Książki, podręczniki, artykuły w specjalistycznych czasopismach
2. Sprzęt komputerowy
3. Projektor multimedialny
4. Programy komputerowe umożliwiające przygotowanie prezentacji multimedialnej
5. Filmy, prezentacje zdjęciowe, inne materiały

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Zajęcia w grupach – aktywność na zajęciach
 F2. Projekty pisane w zespołach 4-5 osobowych
 P1. Kolokwium zaliczeniowe - test

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (Wykład, ćwiczenia)	30	1,2
Udział w konsultacjach	5	0,2
Przygotowanie do projektu (poza zajęciami)	20	0,8
Zapoznanie ze wskazaną literaturą	20	0,8
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

Kowalski S., *Analiza motywów uczestnictwa w imprezie sportowej jako podstawa budowy produktu marketingowego* [w:] *Zarządzanie przedsiębiorstwem – aspekty logistyczne i marketingowe* (red.) Dudzik-Lewicka I., Madyda A., Malara Z., Wydawnictwo Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej Bielsko-Biała 2016.

Turystyka sportowa. Społeczno-kulturowy potencjał i perspektywy rozwoju, M. Kazimierczak (red.), AWF w Poznaniu, Poznań, 2015.

Nowe–stare formy turystyki w przestrzeni, R. Wiluś, J. Wojciechowska (red.) seria „Warsztaty z Geografii Turyzmu”, 3, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, 2014.

Kurek W. (red.), *Turystyka*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007.

Literatura uzupełniająca:

Gołembski G. (red.), *Kompedium wiedzy o turystyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2002.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Izabella Sowier-Kasprzyk, izabella.sowier-kasprzyk@wz.pcz.pl

Dr Sławomir Kowalski, slawomir.kowalski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W04, K_U02, K_K01	C1	W1, C1	1-5	F1, F2, P1
EU 2	K_W04, K_W06, K_U02, K_U03, K_K02	C1,C2	W2-W4, C2, C3, C4	1-5	F1, F2, P1
EU 3	K_W10, K_W11, K_U04, K_K01, K_K05	C1,C2	W4-W10, C4-C7, C9-C11	1-5	F1, F2, P1
EU 4	K_W11, K_W03, K_U06, K_U08, K_K05	C1, C3	W13, W14, C13	1-5	F1, F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi posługiwać się terminologią w zakresie turystyki sportowej.	Student zna jedynie wybrane terminy w zakresie turystyki sportowej.	Student potrafi posługiwać się większością terminów w zakresie turystyki sportowej.	Student potrafi posługiwać się terminologią w zakresie turystyki sportowej.
Efekt 2	Student nie potrafi scharakteryzować imprezy sportowe na świecie.	Student potrafi scharakteryzować tylko kilka imprez sportowych na świecie.	Student potrafi scharakteryzować większość imprez sportowych na świecie.	Student potrafi scharakteryzować wszystkie poznane na zajęciach obiekty sportowe.
Efekt 3	Student nie potrafi opisać głównych celów turystyki sportowej.	Student potrafi opisać wybrane cele turystyki sportowej.	Student potrafi opisać większość celów turystyki sportowej.	Student potrafi opisać główne celów turystyki sportowej.
Efekt 4	Student nie potrafi opisać tendencji we współczesnej turystyce sportowej w Polsce.	Student dostatecznie potrafi opisać tendencje we współczesnej turystyce sportowej w Polsce.	Student częściowo potrafi opisać tendencje we współczesnej turystyce sportowej w Polsce.	Student potrafi opisać tendencje we współczesnej turystyce sportowej w Polsce.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane są studentom na zajęciach.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej wydziału.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Marketingu.

COURSE GUIDE

<u>Course unit title</u>	MARKETING IN TOURISM AND HOTEL INDUSTRY
<u>Field of study</u>	Management in Sport and Tourism
<u>Form of study</u>	Full time (stacjonarne)
<u>Level of study</u>	First level
<u>Year</u>	3
<u>Semester</u>	VI
<u>Responsible unit</u>	Department of Marketing
<u>Responsible person</u>	Dr inż. Izabella Sowier-Kasprzyk
<u>Profile</u>	General academic (ogólnoakademicki)
<u>Type of course</u>	Elective (do wyboru)
<u>Number of ECTS credits</u>	3

TEACHING METHODS – NUMBER OF HOURS PER SEMESTER

<u>Lecture</u>	<u>Classes</u>	<u>Laboratory</u>	<u>Pproject</u>	<u>Seminar</u>
15	30	-	-	-

COURSE DESCRIPTION

COURSE PURPOSES

- P1. Getting the rules of service marketing with particular emphasis on tourism and hospitality services.
P2. Mastering the practical and creative use of the rules in the marketing of services for the creation of marketing strategies of companies connected with tourism and hotel industry.

INITIAL REQUIREMENT FOR THE KNOWLEDGE, ABILITIES AND OTHER COMPETENCES

- Students have basic knowledge on functioning of businesses in tourism and hotel industries.
Students have basic knowledge on rules influencing nowadays tourism markets.
Students have basic knowledge on management of a tourism and hotel companies.

THE EFFECTS OF LEARNING

- EL 1 – Students have abilities and knowledge to introduce marketing in tourism and hotel companies.
EL 2 – Student can analyze market environment of tourism and hotel companies and indicate trends on these markets.
EL 3 – Student can design marketing mix tools adjusted to target groups expectations and trends in environment of tourism and hotel companies.

COURSE CONTENT

Teaching method – LECTURE – 15 hours	Number of hours
L1 – Genesis and evolution of marketing.	1
L2 – Basic definitions of tourism and hotel industries.	1
L3 – Concepts of marketing on tourism and hotel markets.	1
L4 – Marketing mix for target groups in tourism and hotel industries.	1
L5 – Product in tourism and hotel industries.	1
L6 – Price in tourism and hotel industries.	1
L7 – Place in tourism and hotel industries.	1
L8-L9 – Promotion in tourism and hotel industries.	2
L10 – People in tourism and hotel industries.	1
L11 – Process in tourism and hotel industries.	1

L12 – Segmentation of tourism and hotel markets.	1
L13 – Quality of tourism and hotel services.	1
L14 – Marketing research on tourism and hotel markets.	1
L15 – Summary of lectures.	1
Teaching method – CLASSES – 30 hours	Number of hours
C1 – Presenting the timetable, determining tasks to be carried out, providing literature, discussing how to evaluate, etc.	1
C2-C3 – Reminding of marketing concepts and rules, discussion on the specificity of marketing in tourism and hotel industries. Notes for the implementation of the assigned tasks.	2
C4-C5 – Discussing marketing mix concept in tourism and hotel industries. Division students into groups and starting preparing projects for a firm from tourism and hotel market.	2
C6-C7 – Product in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C8-C9 – Price in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C10-C11 – Place in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C12-C13 – Promotion in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C14-C15 – People in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C16-C17 – Process in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C18-C19 – Segmentation in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C20-C21 – Quality in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C22-C23 – Marketing research in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C24-C25 – Marketing research in tourism and hotel companies – working in project groups.	2
C26-C27 – Test. Presenting projects.	2
C28-C29 – Corrections of tests and projects.	2
C30 – Summary of classes. Marks.	1

TEACHING TOOLS

1. Books and textbooks
2. Audiovisual equipment
3. PowerPoint presentation

WAYS OF ASSESSMENT (F – FORMING, P – SUMMARY)

- P1. Test
F1. Project

STUDENT WORKLOAD

Form of activity	Average number of hours/ECTS on realization of the activity	
	[h]	[ECTS]
Contact hours with the teacher (lectures, classes)	45	1,8
Consultation	4	0,16
Preparing for classes	12	0,48
Written study	11	0,44
Familiarization with the literature of the subject	3	0,12
TOTAL NUMBER OF HOURS / ECTS CREDITS FOR THE COURSE	75	3,00

BASIC AND SUPPLEMENTARY LITERATURE

Basic literature:

- Altkorn J., Marketing w turystyce, PWN, Warszawa 1995.
Armstrong G., Kotler Ph., Marketing. Wprowadzenie, Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., Warszawa 2012.
Holloway Ch.J., Robinson Ch., Marketing w turystyce, PWE, Warszawa 1997.
Hotelarstwo: usługi, eksploatacja, zarządzanie, pod red. Panasiuk A., Szostak D., PWN, Warszawa 2008.
Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I., Marketing 4.0, era cyfrowa, MTBiznes, Warszawa 2017.
Kotler Ph., Marketing Management, Millenium Edition, Prentice-Hall International, Inc., New Jersey 2000.
Marketing w turystyce i rekreacji, pod red. A. Panasiuka, PWN, Warszawa 2013.
Michalski E., Marketing – podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
Milewska M., Włodarczyk B., Hotelarstwo: podstawowe wiadomości, PWE, Warszawa 2015.
Turkowski M., Marketing usług hotelarskich, PWE, Warszawa 2010.
William B. Martin, Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006.
Zarządzanie hotelem: wybrane zagadnienia, pod red. Dominik P., Wyd. Difin, Warszawa 2015.

Supplementary literature:

- Badania marketingowe. Teoria i praktyka, pod red. K. Mazurek-Łopacińskiej, PWN, Warszawa 2005.
I. Sowier-Kasprzyk, Creating Competition of a Community by Organizing Sport Events on the Example of the Organization of the Cross-Country Race in Blachownia (8 km), Vidavnico-poligraficnij centr "Kiivs'kij universitet", Kijów 2013.

TEACHERS (NAME, SURNAME, ADRES E-MAIL)

- Dr inż. Izabella Sowier Kasprzyk, izabella.sowier-kasprzyk@wz.pcz.pl
Dr inż. Katarzyna Łazorko, katarzyna.lazorko@wz.pcz.pl

MATRIX OF REALIZATION OF EFFECTS OF EFFECTS OF LEARNING

The effects of learning	The reference of the effect to the effects defined for the entire program	Course purposes	Course content	Teaching tools	Ways of assessment
EL 1	K_W01, K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U 04, K_U06, K_U 08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L 1-L4 C1-C5	1,2,3	P1, F1
EL 2	K_W01, K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U 04, K_U06, K_U 08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L12 C18-C19 C22-C25 L13 C20-C21	1,2,3	P1, F1
EL 3	K_W01, K_W02, K_W05, K_W09, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U 04, K_U06, K_U 08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K05	1,2	L4-L14 C4-C27 L13 C20-C21	1,2,3	P1, F1

ASSESSMENT FORM – DETAILS*

	For grade 2	For grade 3	For grade 4	For grade 5
Effect 1	Students haven't got abilities and knowledge to introduce marketing in tourism and hotel companies.	Students have abilities to introduce marketing in tourism and hotel companies.	Students have abilities and knowledge to introduce marketing in tourism and hotel companies.	Students have very good abilities and knowledge to introduce marketing in tourism and hotel companies.
Effect 2	Student cannot analyze market environment of tourism and hotel companies and indicate trends on these markets.	Student can analyze market environment of tourism and hotel companies.	Student can analyze market environment of tourism and hotel companies and indicate trends on these markets.	Student can fully analyze market environment of tourism and hotel companies and indicate all trends on these markets.
Effect 3	Student cannot design marketing mix tools adjusted to target groups expectations and trends in environment of tourism and hotel companies.	Student can design marketing mix tools adjusted to target groups expectations.	Student can design marketing mix tools adjusted to target groups expectations and trends in environment of tourism and hotel companies.	Student has a very good knowledge to design marketing mix tools adjusted to target groups expectations and trends in environment of tourism and hotel companies.

* description of generic grades

OTHER USEFUL INFORMATION ABOUT THE COURSE

Information where presentation of classes, instruction, subjects of seminars can be found, etc. is given to students during classes, if required sent by e-mail.

Information about the location of the classes – webpage of the Faculty.

Information about the date of the course (day of the week/time) – webpage of the Faculty.

Information about the consultation (time + place) – given to students during first classes, webpage of the Faculty, in the information glass-case.

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	ANALIZA FINANSOWA ORGANIZACJI SPORTOWEJ
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sporcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Agnieszka Puto
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	4

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
30 E	30	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Uzyskanie podstawowej wiedzy na temat sprawozdań finansowych przedsiębiorstw turystycznych z wykorzystaniem metod analizy wskaźnikowej.

C2. Przygotowanie studenta do określenia struktury oraz kształtowania kapitału z wykorzystaniem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Student zna czynniki ekonomiczne warunkujące sprawne funkcjonowanie podmiotu turystycznego na rynku.

Student posiada wiedzę na temat składników bilansu.

Student potrafi wymienić źródła finansowania działalności przedsiębiorstwa turystycznego.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student potrafi dokonać analizy wskaźnikowej kondycji finansowej organizacji sportowej.

EU 2 – Student potrafi dokonać analizy sprawozdania finansowego organizacji sportowej.

EU 3 – Student potrafi określić strukturę kapitału organizacji sportowej.

EU 4 – Student potrafi kształtować kapitał z wykorzystaniem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁADY - 15 godzin	Liczba godzin
W1- Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie podstawowych pojęć i terminów związanych z analizą finansową.	2
W2- Omówienie procesu analitycznego oraz rodzajów mierników.	2
W3- Zapoznanie z rolą i strukturą sprawozdania finansowego w świetle decyzji zarządczych.	2
W4- Analiza wstępna sprawozdań finansowych.	2
W5- Wykorzystanie metod analizy statystycznej w ocenie składników sprawozdania finansowego.	2
W6- Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza płynności finansowej przedsiębiorstw turystycznych.	2

W7- Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza rentowności.	2
W8- Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza zadłużenia.	2
W9- Prezentacja analizy wskaźnikowej – analiza wspomaganie finansowego.	2
W10- Analiza piramidalna.	2
W11- Analiza kosztów i rentowności.	2
W12- Mierniki efektywności inwestycji.	2
W13- Czynniki wpływające na wielkość sprzedaży.	3
W14/15- Analiza wyników finansowych dużych organizacji sportowych.	3
Forma zajęć – CWICZENIA - 30 godzin	Liczba godzin
C1- Elementy działalności gospodarczej organizacji sportowych.	1
C2- Metody analitycznego postępowania.	1
C3- Istota funkcjonowania organizacji sportowych. Badanie dynamiki i struktury sprzedaży.	2
C4- Zapoznanie z rolą i strukturą sprawozdania finansowego w świetle decyzji zarządczych.	1
C5- Wykorzystanie metod analizy statystycznej w ocenie składników sprawozdania finansowego organizacji sportowej.	2
C6- Ocena płynności finansowej organizacji sportowej.	2
C7- Badanie stopnia zadłużenia podmiotu oraz jego zdolności do spłaty zobowiązań.	2
C8- Analiza aktywności gospodarczej w ramach dysponowanych zasobów materialnych i intelektualnych podmiotu.	2
C9- Ocena rentowności podmiotu w ujęciu statycznym i dynamicznym.	2
C10- Zastosowanie dźwigni operacyjnej w kształtowaniu zysku ze sprzedaży usług turystycznych.	2
C11- Badanie oddziaływania przychodów i kosztów oraz poziomu sprzedaży na wynik finansowy.	2
C12- Określenie struktury kapitału.	2
C13- Projekt analizy finansowej przedsięwzięcia sportowego.	5
C14- Zapoznanie z mechanizmem dźwigni finansowej, operacyjnej i połączonej.	1
C15- Kolokwium.	3

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Sprzęt audiowizualny
2. Podręczniki i skrypty

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Poprawność liczenia zadań rachunkowych
F2. Prezentacja projektu analizy finansowej organizacji sportowej
P1. Pisemne kolokwium
P2. Egzamin pisemny końcowy

OBciążENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z prowadzącym (wykład, ćwiczenia)	60	2,4
Przygotowanie do egzaminu	10	0,4
Obecność na egzaminie	3	0,12
Przygotowanie do kolokwium z ćwiczeń (poza zajęciami)	4	0,16
Obecność na konsultacjach	10	0,4
Przygotowanie do projektu	10	0,4
Zapoznanie ze wskazaną literaturą	3	0,12
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	100	4,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

- Nowak E., *Analiza sprawozdań finansowych*, Polskie Wydaw. Ekon., Warszawa 2017.
- Golej R., Prędkiewicz K., *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*, Marina, Wrocław 2015.
- Bednarczyk, M., Batorski, J., *Przedsiębiorczość w zarządzaniu sportem: studium praktyków*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009.
- Pomykańska B., Pomykański P., *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*, Wydaw. Nauk. PWN, Warszawa 2007.
- Tauber R.D., Biczysko W., *Gospodarka finansowa przedsiębiorstwa turystycznego*, WSZHiG, Poznań, 2009.
- Kotowska B., Uziębło A., Wyszokowska-Kaniewska O., *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie. Przykłady, zadania i rozwiązania*, CeDeWu, Warszawa 2013.
- Dudycz I., *Analiza finansowa jako narzędzie zarządzania finansami przedsiębiorstwa*, Indygo Zahir Media, 2011.
- Bławat F., *Podstawy analizy ekonomicznej. Teorie, przykłady, zadania*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2011.
- Bragg S. M., *Wskaźniki w analizie działalności przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, 2010.

Literatura uzupełniająca:

- Kościelniak H., *Controlling działań przedsiębiorczych przedsiębiorstw* [w:] Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. Konkurencja, innowacja, koncepcje zarządzania. T.4 (red.) GOSTKOWSKA-DŻWIG Sylwia, MROZIK Magdalena, WWZPCZ, Czestochowa 2015.
- Kościelniak H., *Analiza czynników określających udział długu w strukturze kapitału spółek akcyjnych działających na polskim rynku kapitałowym* [w:] Zarządzanie kapitałem przedsiębiorstwa. Red. nauk. Helena Kościelniak. WPCz, Czestochowa 2008.
- Sołoma A., Wyszynski A., *Kondycja i wyniki finansowe organizacji sportowych na przykładzie klubów piłkarskich Ekstraklasy* [w:] Uwarunkowania i czynniki w procesie rozwoju gospodarki rynkowej. Aspekty globalne i lokalne, Wydział Nauk Ekonomicznych / Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 214.
- Monitor Polski – B.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Prof. PCz. dr hab. Helena Kościelniak, helena.koscielniak@wz.pcz.pl

Dr inż. Agnieszka Puto, agnieszka.puto@wz.pcz.pl

Dr inż. Katarzyna Brendzel-Skowera, katarzyna.brendzel-skowera@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01,	C1	W1-W14, C1-C15	2,4,3	F1, F2, P1, P2
EU 2	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01,	C1	W1-W14, C1-C15	2,4	F1, F2, P1, P2
EU 3	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01,	C2	W1-W14, C1-C15	2,4	F1, P1, P2
EU 4	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01,	C2	W1-W15, C1-C15	1,4	F1, P1, P2

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi dokonać analizy wskaźnikowej kondycji finansowej podmiotu.	Student potrafi oszacować tylko wskaźniki płynności finansowej oraz zadłużenia organizacji sportowej.	Student potrafi oszacować wskaźniki płynności finansowej, zadłużenia oraz rentowności organizacji sportowej.	Student potrafi oszacować wskaźniki płynności finansowej, zadłużenia oraz rentowności przedsiębiorstwa i dokonać oceny kondycji finansowej podmiotu na podstawie otrzymanych wyników.
Efekt 2	Student nie potrafi dokonać analizy sprawozdania finansowego organizacji sportowej.	Student analizuje niektóre elementy sprawozdania finansowego, często popełnia błędy.	Student poprawnie analizuje sprawozdanie finansowe przedsiębiorstwa. Nie zawsze wyciąga poprawne wnioski.	Student bezbłędnie dokonuje analizy sprawozdania finansowego organizacji, potrafi dobrze wnioskować.
Efekt 3	Student nie potrafi poprawnie określić struktury kapitału organizacji sportowej.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego oraz obcego.	Student potrafi scharakteryzować dostępne źródła kapitału własnego i obcego oraz wskazać na zalety i wady ich wykorzystania w działalności organizacji.
Efekt 4	Student nie potrafi kształtować struktury kapitału z wykorzystaniem dźwigni finansowej i operacyjnej.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej oraz potrafi przedstawić jej formę graficzną.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej, potrafi przedstawić jej formę graficzną oraz szacuje stopień dźwigni finansowej.	Student rozumie mechanizm dźwigni finansowej, potrafi przedstawić jej formę graficzną, szacuje stopień dźwigni finansowej oraz dźwignie połączone.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) znajdują się na stronie internetowej Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej w zakładce Informacje dla studentów/plany zajęć.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się również na stronie internetowej Wydziału Zarządzania oraz w gablocie informacyjnej Katedry Zarządzania Przedsiębiorstwem (3 piętro obok pokoju 310 - budynek główny WZ a także w budynku DS.4, II piętro pokój 76-77).

SYLABUS DO PRZEDMIOTU

<u>Nazwa przedmiotu</u>	LOGISTYKA IMPREZ SPORTOWYCH
<u>Kierunek</u>	Zarządzanie w Turystyce i Sportcie
<u>Forma studiów</u>	Stacjonarne
<u>Poziom kwalifikacji</u>	Pierwszego stopnia
<u>Rok</u>	3
<u>Semestr</u>	VI
<u>Jednostka prowadząca</u>	Katedra Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego
<u>Osoba sporządzająca</u>	Dr inż. Nicoletta Baskiewicz
<u>Profil</u>	Ogólnoakademicki
<u>Rodzaj przedmiotu</u>	Kształcenia w zakresie <i>Zarządzanie organizacją sportową</i>
<u>Liczba punktów ECTS</u>	3

RODZAJ ZAJĘĆ – LICZBA GODZIN W SEMESTRZE

<u>Wykład</u>	<u>Ćwiczenia</u>	<u>Laboratorium</u>	<u>Projekt</u>	<u>Seminarium</u>
15	15	-	-	-

OPIS PRZEDMIOTU

CEL PRZEDMIOTU

C1. Przekazanie studentom wiedzy z zakresu działań podejmowanych w obszarze logistyki imprez sportowych oraz ich uwarunkowań.

C2. Zapoznanie studentów podmiotami tworzącymi podsystem logistyczny występujący przy koordynacji imprez sportowych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Wiedza z zakresu podstaw zarządzania organizacją, podstaw logistyki i zarządzania personelem.

Umiejętności pracy samodzielnej i w grupie.

Umiejętność korzystania ze źródeł literaturowych oraz zasobów internetowych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

EU 1 – Student umie zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych i zna podstawowe elementy zarządzania nimi.

EU 2 – Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych.

EU 3 – Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.

EU 4 – Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole.

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć – WYKŁAD - 15 godzin	Liczba godzin
W1- Wprowadzenie do przedmiotu Logistyka imprez sportowych- prezentacja celów, literatury. Miejsce imprez sportowych w klasyfikacji imprez masowych – charakterystyka zjawiska.	1
W2- Definicja terminu logistyka jej obszary i procesy.	1
W2- Historia imprez sportowych. Piramida imprez sportowych w świetle ustawy.	1
W3- Definicja pojęcia logistyka imprez sportowych. Proces zarządzania przepływami materiałów, osób oraz informacji dla zapewnienia odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa i zadowolenia uczestników, a także zapewnienie odpowiedniego poziomu wsparcia dla	1

podmiotów organizacyjnych jako obszar logistyki imprez sportowych.	
W4- Istota komórki logistycznej - zadania logistyki imprez sportowych. Główne obszary realizacji wsparcia logistycznego w imprezach sportowych.	2
W5/6- Podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych.	2
W7/8- Uwarunkowania działań logistycznych realizowanych w poszczególnych podsystemach logistycznych w ramach imprezy sportowej.	2
W9/10- Identyfikacja, charakterystyka i zadania infrastruktury logistycznej.	1
W11/12- Impreza sportowa jako projekt. Podstawowe zasady zarządzania projektami	1
W12/13- Etapy projektowania imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem aspektów logistycznych.	1
W14- Zagrożenia występujące w logistyce imprez sportowych.	1
W15- Podsumowanie wiadomości.	1
Forma zajęć –WYKŁAD - 15 godzin	Liczba godzin
Ćw1- Prezentacja zakresu pracy realizowanej na ćwiczeniach. Omówienie warunków zaliczenia.	1
Ćw2- Opracowanie koncepcji imprezy sportowej, identyfikacja elementów składowych imprezy sportowej, omówienie celu imprezy sportowej.	
Ćw3- Identyfikacja przepisów prawnych odnoszących się do obszaru logistyki.	2
Ćw4/5- Identyfikacja interesariuszy imprezy sportowej oraz identyfikacja ich potrzeb.	2
Ćw6/7/8- Opracowanie projektu podsystemów logistycznych wraz z wyszczególnieniem komórki logistycznej.	2
Ćw9/10- Identyfikacja uwarunkowań techniczno – finansowych.	2
Ćw11/12- identyfikacja uwarunkowań organizacyjno-kulturowych.	4
Ćw13- Zagrożenia występujące w logistyce imprez sportowych.	2
Ćw14/15- Prezentacja projektów.	2

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Podręczniki i skrypty
2. Sprzęt audiowizualny
3. Formularze, przykłady projektów

SPOSOBY OCENY (F – FORMUJĄCA, P – PODSUMOWUJĄCA)

- F1. Ocena planu projektu
 F2. Ocena przygotowania projektu
 P1. Prezentacja całego projektu

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin/punktów na zrealizowanie aktywności	
	[h]	[ECTS]
Godziny kontaktowe z nauczycielem (wykłady, ćwiczenia)	30	1,2
Przygotowanie się do zajęć	20	0,8
Zapoznanie się ze wskazaną literaturą	20	0,8
Obecność na konsultacjach	5	0,2
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN/PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	75	3,00

LITERATURA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Literatura podstawowa:

E. Płaczek, J.W. Jaroszyński, *Rola logistyki w organizowaniu imprez masowych* [w:] *Logistyka* 2/2012, s. 965-970 (<https://docplayer.pl/18558983-Rola-logistyki-w-organizowaniu-imprez-masowych.html>).

M. Wincewicz-Bosy, *Infrastruktura logistyczna masowych imprez sportowych na przykładzie pokazów jeździeckich*, [w:] *Studia Miejskie*, t. 15, 2014, ss. 79-89.

(<http://www.studiamiejskie.uni.opole.pl/wp-content/uploads/2016/04/Infrastruktura-logistyczna-masowych-imprez-sportowych-na-przyk%C5%82adzie-pokaz%C3%B3w-je%C5%BAdzieckich.pdf>)

A Cizek, E. Ferensztajn-Galardos, K. Wlazło, *Logistyczna obsługa imprezy masowej – Air Show*; [w:] *Organizacja i zarządzanie*, *Autobusy* 6/2017 ss. 1646-1651.

S. Kowalski, A. Zajączkowski, *Logistyka imprezy sportowej na wybranym przykładzie*, [w:] *Komplementarność koncepcji zarządzania i logistyki T.2. Metody i narzędzia zarządzania a logistyka w przykładach* (red.) Kadłubek Marta, sekcja Wydawnictw wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, 2014, ss.108-116.

Literatura uzupełniająca:

W. Rydzikowski, *Usługi logistyczne*, Wydawnictwo Instytutu Logistyki i Magazynowania, Poznań, 2014.

M. Fertsch, *Podstawy logistyki*, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2006.

PROWADZĄCY PRZEDMIOT (IMIE, NAZWISKO, ADRES E-MAIL)

Dr inż. Nicoletta Baskiewicz, nicoletta.baskiewicz@wz.pcz.pl

Dr Sławomir Kowalski, slawomir.kowalski@wz.pcz.pl

MACIERZ REALIZACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekt uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W06, K_W11, K_U01, K_K05,	C1, C2	W2-3	1,2,3,	F1, F2
EU 2	K_W02, K_U01, K_K05,	C1, C2	W4-W8 CW6-CW8	1,2,3,	F1, F2, P1
EU 3	K_W02, K_W09, K_W10, K_U02, K_U03, K_U09, K_K05,	C1, C2	W11-W13 CW2-CW13	1,2,3,	F2, P1
EU 4	K_W01, K_U02, K_U06, K_U09, K_K05,	C1, C2	CW2-CW13	3	F2, P1

FORMY OCENY – SZCZEGÓŁY*

	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
Efekt 1	Student nie potrafi zdefiniować pojęcia logistyka imprez sportowych i nie zna podstawowych elementów zarządzania nimi.	Student potrafi zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych i zna podstawowe elementy zarządzania nimi.	Student potrafi zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych i zna podstawowe elementy zarządzania nimi, potrafi je krótko scharakteryzować.	Student potrafi zdefiniować pojęcie logistyka imprez sportowych, potrafi podać przykłady i je scharakteryzować. Zna podstawowe elementy zarządzania takimi imprezami, potrafi je krótko scharakteryzować potrafi je scharakteryzować oraz zna podstawowe elementy zarządzania nimi.

Efekt 2	Student nie zna podsystemów logistycznych występujących przy koordynacji imprez sportowych.	Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych.	Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych, potrafi je charakteryzować.	Student zna podsystemy logistyczne występujące przy koordynacji imprez sportowych, potrafi je scharakteryzować oraz wskazać zależności pomiędzy nimi.
Efekt 3	Student nie zna etapów projektowania imprez sportowych i nie potrafi przygotować projektu imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.	Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.	Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować ogólny projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.	Student zna etapy projektowania imprez sportowych i potrafi przygotować szczegółowy projekt imprezy sportowej ze szczególnym uwzględnieniem obszaru logistyki.
Efekt 4	Student nie potrafi pracować ani indywidualnie ani w zespole.	Student potrafi pracować indywidualnie, ale nie potrafi w zespole.	Student potrafi pracować indywidualnie i w zespole.	Student bardzo dobrze potrafi pracować zarówno indywidualnie, jak i w zespole.

*opis ocen generycznych

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacje, gdzie można zapoznać się z prezentacjami do zajęć, instrukcjami do laboratorium itp. prezentowane studentom na zajęciach.

Informacje na temat miejsca odbywania się zajęć znajdują się na stronie internetowej wydziału zgodnie z planem zajęć.

Informacje na temat terminu zajęć (dzień tygodnia/ godzina) – j.w.

Informacje na temat konsultacji (godziny + miejsce) podawane są studentom na pierwszych zajęciach, znajdują się na stronie internetowej wydziału oraz w gablocie informacyjnej Katedry Logistyki i Zarządzania Międzynarodowego (2 piętro).

9. WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW

Warunkiem ukończenia studiów jest:

- 1) uzyskanie efektów uczenia się określonych w programie studiów,
- 2) złożenie egzaminu dyplomowego,
- 3) pozytywna ocena pracy dyplomowej.

Prorektor ds. nauczania
Dr hab. inż. Izabela Major, prof. PCz