

Uniwersytet WSB Merito w Toruniu
Wydział Finansów i Zarządzania w Toruniu

Program studiów
dla kierunku
TURYSTYKA
studia drugiego stopnia

Studia: stacjonarne, niestacjonarne
Profil: praktyczny

Rok akademicki 2026/2027

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	TURYSTYKA	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia drugiego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	stacjonarne, niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4	
łącna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	120	
łącna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 1330	Studia niestacjonarne 1048
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych.	480	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2026/2027	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

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

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

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

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

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

	Socjologia czasu wolnego	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	Praktyczne aspekty prawa	Analiza i interpretacja danych statystycznych	Business Ethics	Język obcy I z elementami języka specjalistycznego	Język obcy II z elementami języka specjalistycznego	Polityka turystyczna	Strategie rozwoju turystyki	Produkt turystyczny	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	Regiony turystyczne Polski	World Tourism Regions	Zarządzanie jakością w turystyce	Badanie i analiza rynku turystycznego	Współczesne trendy w turystyce i rekreacji	Rozwój zrównoważony	Negocjacje i protokół dyplomatyczny	Wykłady do wyboru: Techniki sprzedaży	Wykład do wyboru- Wycena i zarządzanie wartością	Proseminarium	Seminarium magisterskie	Praktyka zawodowa I i 2
TUR_II_W01	X																						
TUR_II_W02	X						X	X			X	X					X				X		X
TUR_II_W03		X				X	X					X											X
TUR_II_W04	X						X		X	X	X				X								
TUR_II_W05	X								X									X					
TUR_II_W06			X							X	X			X	X				X				X
TUR_II_W07		X		X												X	X						
TUR_II_W08	X						X	X	X		X					X							
TUR_II_W09	X	X						X							X								
TUR_II_W10																					X	X	
TUR_II_W11																			X				
TUR_II_U01	X	X	X				X	X	X	X	X	X			X	X						X	X
TUR_II_U02	X	X	X	X			X		X		X	X			X			X					
TUR_II_U03																							X
TUR_II_U04			X			X	X						X	X								X	X
TUR_II_U05		X		X											X	X	X					X	X
TUR_II_U06										X							X	X	X	X		X	X
TUR_II_U07								X		X				X		X							
TUR_II_U08					X	X		X				X				X							X
TUR_II_U09					X	X		X								X							
TUR_II_U10	X						X							X							X		
TUR_II_U11					X	X						X											
TUR_II_K01			X							X	X	X	X								X	X	X
TUR_II_K02				X			X								X		X	X					X

	<p>podmiotów świadczących usługi w obrocie turystycznym (organizatora, pośrednika, agenta).</p> <p>Umowy powszechnie zawierane w obrocie turystycznym.</p> <p>Umowy wy powszechnie zawierane w obrocie turystycznym.</p> <p>Orzecznictwo dotyczące prowadzenia działalności oraz świadczenia usług w sektorze turystycznym.</p>
Analiza i interpretacja danych statystycznych	<p>Zbiorowość i jednostka . Rodzaje cech statystycznych. Rodzaje badań. Etapy badań statystycznych.</p> <p>Kontrola materiału statystycznego. Porządkowanie i grupowanie materiału statystycznego. Szeregi, tablice, wykresy. Pojęcie rozkładu empirycznego. Typy rozkładów empirycznych.</p> <p>Miary przeciętne (klasyczne, pozycyjne). Miary rozproszenia (klasyczne, pozycyjne; bezwzględne, względne). Miary asymetrii (mierniki i współczynniki asymetrii). Miary koncentracji.</p> <p>Podstawowe parametry opisujące rozkład zmiennej losowej. Rozkład normalny. Pojęcie próby (celowa, losowa). Schematy losowania. Pojęcie statystyki. Rozkład dokładny i graniczny statystyki. Podstawowe rozkłady statystyk z próby (normalny, t-Studenta, chi-kwadrat).</p> <p>Rodzaje i techniki estymacji. Pojęcie estymatora. Właściwości estymatorów. Metody znajdowania estymatorów.</p> <p>Badanie związku dwóch zjawisk mierzalnych powiązanych liniowo. Badanie związku dwóch zjawisk niemierzalnych. Model dwuwymiarowej regresji liniowej. Wnioskowanie statystyczne w analizie korelacji i regresji.</p> <p>Pojęcie i rodzaje szeregów czasowych. Średnie stosowanie w analizie dynamiki zjawisk. Indywidualne mierniki dynamiki. Średnie tempo zmian. Indeksy agregatowe.</p> <p>Rozwiązywanie zadań skorelowanych z tematyką wykładów</p> <p>Projekt – zadanie do samodzielnego lub zespołowego wykonania obejmujące realizację własnego empirycznego przykładu z treści programowych.</p>
Business Ethics	<p>The concept and subject of ethics.</p> <p>Ethical aspects of the functioning of companies in the market system.</p> <p>Social capital in the labor market.</p> <p>The ethics of business against the pathologies of economic life.</p> <p>Manager and managing.</p> <p>Standards regarding Management of Ethical Program in the organization.</p> <p>Good practices – The Ethisphere Institute.</p>
Język obcy I i II z elementami języka specjalistycznego	<p>Witanie gości- powitania i przedstawianie w różnych kulturach i regionach świata.</p> <p>Networking. Formy grzecznościowe. Pytania z użyciem czasowników modalnych.</p> <p>W hotelu (1)- rejestracja gości, procedury, struktura hotelu, usługi hotelowe (zabiegi kosmetyczne, wynajem samochodu itp.).</p> <p>W hotelu (2) – meldowanie i wymeldowanie, obsługa klienta, jak radzić sobie ze skargami i trudnym klientem.</p> <p>Informacja turystyczna – rodzaje klienta, oferta turystyczna w regionie/mieście, podawanie informacji nt. dostępności obiektów, jak dotrzeć do miejsca zwiedzania; przygotowanie ulotki informacyjnej.</p> <p>Gastronomia „jedzenie na mieście”, słownictwo – regionalne jedzenie; tworzenie Menu i opisywanie dań. Powtórzenie słownictwa z zakresu nazw składników, form gotowania i podawania.</p> <p>W restauracji – rezerwacja stolika, przyjmowanie zamówienia, „trudny” klient – negocjacje.</p>

	<p>Organizacja eventów i animacji turystycznych – planowanie, rezerwacja lokalu, catering, obsługa, atrakcje muzyczne itp. Przykładowe umowy z podwykonawcą.</p> <p>Podróże służbowe – standardy obsługi turystów biznesowych, organizacja konferencji i jej zaplecze; zaproszenia, podziękowania.</p> <p>Słownictwo związane z rynkiem pracy, ofertami pracy w Internecie z branży turystycznej. Gramatyka- zdania warunkowe dot. przyszłości i teraźniejszości.</p> <p>Słownictwo i przykładowe dokumenty aplikacyjne do pracy w hotelu. Słuchanie-rozmowa o pracę w hotelu. Gramatyka czas przeszły.</p> <p>Słownictwo i wyrażenia związane z opisem dnia pracy. Jak napisać maila w odpowiedzi na skargi i zażalenia.</p> <p>Poznajemy firmę na rynku turystycznym- działy, pomieszczenia, procedury. Przykłady tworzenia ulotek informacyjnych. Gramatyka- przymiotniki i przysłówki – stopniowanie, struktury porównawcze.</p> <p>Typowy dzień w pracy pracownika restauracji, obowiązki pracownika, przygotowanie menu, raportów, grafików pracy. Dokumenty finansowe- faktury i płatności.</p> <p>Pisanie maili w firmie (zamówienia, rezerwacje online), przygotowanie prezentacji biznesowej. Gramatyka- zdania względne.</p> <p>Polityka firmy – słownictwo. Negocjacje w biznesie- techniki i stosowane wyrażenia. Organizacja eventów – planowanie, procedury, zamówienia. Gramatyka- mowa zależna.</p> <p>Podróże służbowe- słownictwo i wyrażenia dot. rezerwacji hotelu, transportu. Planowanie podróży służbowych. Gramatyka- konstrukcje gramatyczne wyrażające przyszłość.</p> <p>Witanie gości- powitania i przedstawianie w różnych kulturach i regionach świata. Networking. Formy grzecznościowe. Pytania z użyciem czasowników modalnych.</p> <p>W hotelu (1)- rejestracja gości, procedury, struktura hotelu, usługi hotelowe (zabiegi kosmetyczne, wynajem samochodu itp.).</p> <p>W hotelu (2) – meldowanie i wymeldowanie, obsługa klienta, jak radzić sobie ze skargami i trudnym klientem.</p> <p>Informacja turystyczna – rodzaje klienta, oferta turystyczna w regionie/mieście, podawanie informacji nt. dostępności obiektów, jak dotrzeć do miejsca zwiedzania; przygotowanie ulotki informacyjnej.</p> <p>Gastronomia „jedzenie na mieście”, słownictwo – regionalne jedzenie; tworzenie Menu i opisywanie dań. Powtórzenie słownictwa z zakresu nazw składników, form gotowania i podawania.</p> <p>W restauracji – rezerwacja stolika, przyjmowanie zamówienia, „trudny” klient – negocjacje.</p> <p>Organizacja eventów i animacji turystycznych – planowanie, rezerwacja lokalu, catering, obsługa, atrakcje muzyczne itp.</p> <p>Podróże służbowe – standardy obsługi turystów biznesowych, organizacja konferencji i jej zaplecze; zaproszenia, podziękowania.</p> <p>Słownictwo związane z rynkiem pracy, ofertami pracy w Internecie z branży turystycznej. Gramatyka- podstawowe zdania warunkowe dot. przyszłości i teraźniejszości.</p> <p>Słownictwo i przykładowe dokumenty aplikacyjne do pracy w hotelu. Słuchanie-rozmowa o pracę w hotelu. Gramatyka -czasowniki modalne, uprzejme prośby, tryb rozkazujący.</p> <p>Słownictwo i wyrażenia związane z opisem dnia pracy. Jak napisać maila w odpowiedzi na skargi i zażalenia. Czasy przeszłe.</p>
--	---

	<p>Poznajemy firmę na rynku turystycznym- działły, pomieszczenia, procedury. Przykłady tworzenia ulotek informacyjnych. Gramatyka- przymiotniki i przysłówki – stopniowanie, struktury porównawcze.</p> <p>Typowy dzień w pracy pracownika restauracji, obowiązki pracownika, przygotowanie menu, raportów, grafików pracy. Dokumenty finansowe- faktury i płatności. Porównanie czasów przeszłego i terażniejszego.</p> <p>Pisanie maili w firmie (zamówienia, rezerwacje online), przygotowanie prezentacji biznesowej. Gramatyka- zdania względne.</p> <p>Polityka firmy – słownictwo. Negocjacje w biznesie- techniki i stosowane wyrażenia. Organizacja eventów – planowanie, procedury, zamówienia.</p> <p>Podróże służbowe- słownictwo i wyrażenia dot. rezerwacji hotelu, transportu. Planowanie podróży służbowych. Gramatyka- konstrukcje gramatyczne wyrażające przyszłość.</p>
Polityka turystyczna	<p>Podstawowe pojęcia, zjawiska i procesy zachodzące w gospodarce turystycznej w kraju i na świecie. Tendencje rozwoju turystyki na świecie.</p> <p>Geneza i rozwój polityki turystycznej państwa.</p> <p>Działania międzynarodowych organizacji turystycznych na rzecz rozwoju turystyki. Systemy turystyczne na świecie.</p> <p>Organizacja turystyki w Polsce. Funkcje, zadania i struktury działów administracji państwowej i organizacji do spraw turystyki.</p> <p>Polityka zrównoważonego rozwoju w turystyce.</p> <p>Promocja Polski na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym.</p>
Strategie rozwoju turystyki	<p>Znaczenie turystyki dla rozwoju społeczno- gospodarczego kraju i regionu.</p> <p>Przyszłość turystyki w strategii UE i Polski.</p> <p>Etapy tworzenia i struktura strategii rozwoju turystyki.</p> <p>Miejsce turystyki w regionalnych i lokalnych strategiach rozwoju .</p> <p>Potencjał turystyczny regionu i regionalna strategia rozwoju turystyki a moja działalność gospodarcza- projekt.</p>
Produkt turystyczny	<p>Wprowadzenie – Istota i definicje produktu turystycznego.</p> <p>Tworzenie produktów turystycznych – studia przypadków.</p> <p>Jakość produktów turystycznych – klucz do wygranej.</p> <p>Trendy w rozwoju produktów turystycznych w Polsce i na świecie.</p> <p>Planowanie i tworzenie produktów turystycznych w Polsce.</p> <p>Planowanie i tworzenie produktów turystyki zagranicznej.</p> <p>Prezentacje wyników prac w zespołach.</p> <p>Kalkulacja produktów turystycznych.</p>
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	<p>Teoria zarządzania w obszarze działalności turystycznej.</p> <p>Funkcje przedsiębiorstwa turystycznego.</p> <p>Klasyfikacja i organizacja przedsiębiorstw turystycznych.</p> <p>Otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego.</p> <p>Funkcje zarządzania w kontekście przedsiębiorstwa turystycznego.</p> <p>Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwach turystycznych.</p> <p>Podstawowe zasoby oraz ich rola w przedsiębiorstwie turystycznym.</p> <p>Przekrojowe koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym</p> <p>Typy i rodzaje przedsiębiorstw turystycznych.</p> <p>Cele działalności przedsiębiorstw turystycznych i ich klasyfikacja, otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego.</p> <p>Mikrootoczenie przedsiębiorstwa turystycznego – nabywcy, dostawcy, pośrednicy, konkurenci, instytucje finansowe. Istota i cele planowania strategicznego w turystyce.</p> <p>Metody analizy strategicznej – SWOT, BCG.</p>

	<p>Rodzaje struktur organizacyjnych w turystyce, proces tworzenia kadry przedsiębiorstwa turystycznego.</p> <p>Zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie turystycznym.</p> <p>Zarządzanie procesami finansowania w turystyce.</p>
Regiony turystyczne Polski	<p>Region –pojęcie regionu, rodzaje regionów. Typy regionów turystycznych.</p> <p>Metody delimitacji regionów turystycznych. Przegląd poglądów na temat regionalizacji turystycznej na przykładzie Polski.</p> <p>Potencjał turystyczny Polski-analiza problemowa. Regionalizacja turystyczna Polski.</p> <p>Procesy kształtujące przestrzeń turystyczną.</p> <p>Zasady gospodarki turystycznej w regionach.</p> <p>Regionalne (markowe) produkty turystyczne.</p> <p>Znaczenie regionów w turystyce.</p> <p>Polskie regiony w na tle regionów turystycznych świata</p> <p>Struktura regionalna ruchu turystycznego w Polsce, dynamika zmian i prognoza</p> <p>Potencjał regionów turystycznych. Analiza wskaźników rozwoju turystyki w wybranych regionach.</p> <p>Markowe produkty turystyczne – analiza ilościowa i jakościowa w ujęciu regionów.</p>
World Tourism Regions	<p>Concepts and scope of the tourist economy, tasks of the tourist economy, indirect and direct tourist economy in the world.</p> <p>The tourism market and the geographical criterion, the criterion of the type of services, the criterion of the age groups of tourists, the criterion of the tourist destination.</p> <p>Factors shaping tourist demand, classification of demand factors: economic, socio-psychological, supply.</p> <p>Features of tourist supply.</p> <p>Tourist markets in particular regions of Asia: Middle East, Far East, Indian subcontinent, Indochina , Central Asia, Chinese Region, Northern Asia.</p> <p>Tourist markets of Maghrebu regions, Equatorial Africa, North-Western Africa and southern Africa.</p> <p>Tourist markets of Alasca, Canada, North American Cordilliera, South-Western USA, Mexican Gulf and Carribean , Central America region.</p> <p>Tourist markets of the Andes, Brazil and Argentina.</p> <p>Tourist markets of Iberia region, the British Isles, Regionu Iberyjskiego, France, Benelux, Southern Europe, Scandinavia, Central Europe, Mediterranean region</p> <p>Tourist market of Greenland, Canadian Arctics, the Islands of European Arctics and Antarctic.</p> <p>Project: Analysis of the selected tourism market in the world + presentation.</p>
Zarządzanie jakością w turystyce	<p>Definicje jakości. Istota i pojęcie jakości; definicje deskryptywne i wartościujące.</p> <p>Jakość w działalności usługowej. Elementy jakości usług. Przegląd najważniejszych modeli zarządzania jakością usług. Analiza przypadku „The Ritz Carlton-Hotel Company”.</p> <p>Ewolucja w podejściu do problematyki jakości. Geneza zarządzania jakością – od inspekcji, przez kontrolę jakości, zapewnianie jakości, do zarządzania jakością.</p> <p>Prekursorzy i założenia koncepcji TQM (Total Quality Management). 14 punktów W.E. Deminga, trylogia M.J. Jurana, 14 kroków jakości P.B. Crosby’ego, zasady i modele TQM.</p> <p>Problematyka normalizacji, certyfikacji i integracji systemów zarządzania.</p> <p>Międzynarodowa Organizacji Normalizacyjna (ISO) – geneza i cele działalności;</p>

	<p>standardy jakości i inne standardy zarządzania; potrzeba integracji systemu zarządzania. HACCP - istota i założenia.</p> <p>System zarządzania w sektorach branży turystycznej. Przykłady: biuro turystyczne, hotel, gospodarstwo agroturystyczne.</p> <p>Kultura jakości i przywództwo. Pojęcie i znaczenie kultury organizacyjnej firmy, etapy kształtowania kultury jakości, czynnik ludzki a cechy personelu usługowego, kształtowanie zorientowanego na jakość personelu.</p>
Badanie i analiza rynku turystycznego	<p>Dane pierwotne i bazy danych wtórnych.</p> <p>Zróżnicowanie rynku turystycznego a dobór metod badawczych.</p> <p>Kierunki rozwoju turystyki na podstawie badań marketingowych.</p> <p>Badanie i analiza wybranego rynku turystycznego.</p>
Współczesne trendy w turystyce i rekreacji	<p>Wybrane trendy gospodarcze, społeczne i kulturowe we współczesnym świecie.</p> <p>Współczesne tendencje w rozwoju form turystycznych i rekreacyjnych.</p> <p>Globalizacja i internacjonalizacja gospodarki turystycznej.</p> <p>Wpływ turystyki masowej na rozwój współczesnego Świata.</p> <p>Trendy w popycie i podaży. Konceptcje: Hard & Soft Tourism, Old&New.</p> <p>Rozwój zrównoważony w turystyce – rozwiązania praktyczne.</p> <p>Transport lotniczy a rozwój turystyki.</p> <p>Wpływ mody na rozwój turystyki.</p> <p>Turystyka w rozwoju lokalnym i regionalnym.</p> <p>Promocja i marketing.</p> <p>Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) w turystyce.</p> <p>Turystyka przyszłości.</p>
Rozwój zrównoważony	<p>Istota, cele i założenia koncepcji zrównoważonego rozwoju. Rozwój zrównoważony a turystyka.</p> <p>Konkurencyjność sektora/podmiotu w kontekście koncepcji zrównoważonego rozwoju.</p> <p>Bariery rozwoju zrównoważonego. Polityka Unii Europejskiej i krajów członkowskich w zakresie rozwoju zrównoważonego.</p> <p>Analiza wybranej strategii rozwoju turystyki pod kątem realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju.</p> <p>Polityka regionalna w zakresie rozwoju zrównoważonego: województwo kujawsko-pomorskie.</p>
Negocjacje i protokół dyplomatyczny	<p>Komunikacja i kompetencje komunikacyjne.</p> <p>Różnice kulturowe w biznesie i życiu codziennym.</p> <p>Pojęcie i istota negocjacji.</p> <p>Pojęcie i historia protokołu dyplomatycznego.</p> <p>Ceremoniał państwowy. Wizyty zagraniczne.</p> <p>Prowadzenie negocjacji.</p> <p>Etykieta i zasady savoir – vivre.</p> <p>Korespondencja dyplomatyczna.</p>
Wykład do wyboru - Techniki sprzedaży w turystyce – ujęcie praktyczne	<p>Autoprezentacja podstawą komunikacji interpersonalnej w procesie sprzedaży.</p> <p>Techniki sprzedaży – proces sprzedaży i etapy rozmowy handlowej.</p> <p>Komunikacja interpersonalna w sprzedaży.</p> <p>Mowa ciała w procesie sprzedaży.</p> <p>Typologia klienta.</p>
Proseminarium	<p>Proces tworzenia pracy dyplomowej: Wymagania merytoryczne</p> <p>Proces tworzenia pracy dyplomowej: Wymagania formalne</p> <p>Proces tworzenia pracy dyplomowej: Wymagania edytorskie</p> <p>Etyka badań naukowych i plagiat</p>

Wykład do wyboru- Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	<p>Koncepcja wartości przedsiębiorstwa. Omówione zostaną: Przesłanki i cele wyceny przedsiębiorstwa, rodzaje wyceny wartości przedsiębiorstwa oraz funkcje wyceny oraz klasyfikację metod wyceny.</p> <p>Metody majątkowe w wycenie wartości przedsiębiorstwa. Omówione zostaną: metoda księgowa, metoda skorygowanych aktywów netto, metoda wartości odtworzeniowej, metoda wartości likwidacyjnej.</p> <p>Metody dochodowe w wycenie wartości przedsiębiorstwa. Omówione zostaną: metoda zdyskontowanych dywidend (DDM) z jej odmianami oraz metoda zdyskontowanych przepływów pieniężnych (DCF) z jej odmianami.</p> <p>Metody mieszane w wycenie wartości przedsiębiorstwa. Omówione zostaną: metody bazujące na wartości średniej (np. berlińska czy szwajcarska) oraz bazujące na wartości reputacji (np. stuttgarcka czy anglosaska)</p> <p>Metody porównawcze w wycenie przedsiębiorstwa. Omówione zostaną metody bazujące na mnożnikach dotyczących wartości rynkowej kapitału własnego (np. P/E lub P/BV) oraz bazujące na mnożnikach dotyczących wartości rynkowej całego przedsiębiorstwa (np. EV/EBIT).</p>
Seminarium magisterskie	<p>Wybór i określenie i problematyki pracy magisterskiej w ujęciu indywidualnych zainteresowań poszczególnych seminarzystów (dyskusja).</p> <p>Planowanie procesu badawczego, adekwatnego do wyboru problematyki pracy (dyskusja).</p> <p>Dyskusja ukierunkowana na indywidualne (subiektywne) spostrzeżenia, wobec przekazywanych informacji przez poszczególnych uczestników grupy seminaryjnej i dotycząca objętych przez nich problematyki badawczej.</p> <p>Indywidualne podejście do oceny realizacji procesu przygotowania treści ukierunkowanych na część teoretyczną pracy – (analiza i dyskusja).</p> <p>Dyskusja grupowa i próba oceny konstrukcji procesu badawczego w odniesieniu do poszczególnych seminarzystów.</p> <p>Ostateczne określenie przedmiotu, celu, problemów i hipotez badawczych – logika i adekwatność (dyskusja).</p> <p>Wskazanie i charakterystyka literatury przedmiotu, odpowiadającej przedmiotowi pracy (ujęcie indywidualne).</p> <p>Problematyka treści wpisujących się w strukturę pracy (ujęcie indywidualne).</p> <p>„Prowokacja” do dyskusji pomiędzy uczestnikami seminarium (struktura pracy, kolejność i zawartość rozdziałów).</p> <p>Analiza formalnej i edytorskiej strony pracy zgodnie z kryteriami wyznaczonymi i odpowiadającymi wymogom prac magisterskich realizowanych w UWSB w Toruniu.</p> <p>Przygotowanie do egzaminu i obrony pracy magisterskiej w zakresie erudycji i dojrzałości merytorycznej magistranta</p>
Praktyka zawodowa 1, 2	<p>Zapoznanie się z informacjami ogólnymi o przedsiębiorstwie (lub innym podmiocie) w którym realizowana jest praktyka.</p> <p>Zapoznanie się z przepisami wewnętrznymi funkcjonującymi w instytucji, w tym z przepisami BHP i innymi obowiązującymi w dziale w którym odbywa praktykę.</p> <p>Realizacja zagadnień dotyczących wybranej specjalności (wg programu praktyki dostępnego w Biurze Karier).</p>
Przedmioty specjalnościowe	<p><u>MENEDŻER PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNEGO</u></p> <p>Rynek turystyczny</p> <p>Analiza finansowo-ekonomiczna przedsięwzięć turystycznych</p> <p>Organizacja przedsiębiorstw turystycznych</p> <p>Komunikacja marketingowa, PR i media społecznościowe</p> <p>Nowe technologie i cyfryzacja w sektorze turystycznym</p>

	Prawo w branży turystycznej Zarządzanie zasobami ludzkimi Komunikacja międzykulturowa w biznesie Przedsiębiorstwo turystyczne - ćwiczenia terenowe Przedsiębiorstwo turystyczne - wizyta studyjna Praktyka zawodowa 2 <u>DIETETYKA W SPORCIE I REKREACJI:</u> Fizjologiczne i biochemiczne aspekty żywienia Biologiczne uwarunkowania wysiłku fizycznego Trening personalny w żywieniu Coaching zdrowia Choroby przewlekłe w aspekcie wysiłku fizycznego Żywienie i wspomaganie dietetyczne w różnych dyscyplinach sportu Suplementy diety w sporcie Planowanie diety i organizacja żywienia w sporcie i rekreacji Dietetyka w sporcie i rekreacji- ćwiczenia terenowe Dietetyka w sporcie i rekreacji - wizyta studyjna Praktyka zawodowa 2
--	---

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności kształcenia dla naboru 2026/2027:

- MENEDŻER PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNEGO.
- DIETETYKA W SPORCIE I REKREACJI.

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

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

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 61
	STUDIA NIESTACJONARNE 50
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	67
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	7
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	67
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	18

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

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

Do końca 2 semestru -> 1 miesiąc - 160h praktyki zawodowej ogólnej.

Do końca 3 semestru -> 1 miesiąc - 160h praktyki zawodowej kierunkowej.

Do końca 4 semestru -> 1 miesiąc - 160h praktyki zawodowej kierunkowej.

Przydzielanie/wyбір miejsca praktyki przebiega według poniższych zasad:

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

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

CELE I PROGRAM PRAKTYK ZAWODOWYCH

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

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

Metody weryfikacji efektów uczenia się (w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych): test, kolokwium, egzamin pisemny, egzamin ustny, projekt, referat, prezentacja, esej, wypowiedź ustna indywidualna (odpowiedź ustna), uczestnictwo w dyskusji, studium przypadku (case study), raport, sprawozdanie z zadania terenowego, zadania praktyczne, rozwiązywanie zadań (indywidualne lub zespołowe), aktywny udział w zajęciach – wykonywanie poleceń prowadzącego, egzamin dyplomowy.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Kierunek: **TURYSTYKA - studia drugiego stopnia - NIESTACJONARNE**
 nabór letni - rok akademicki 2026/27
 Specjalność: MENEĐER PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNEGO
 Specjalność: DIETETYKA W SPORCIE I REKREACJI

Lp.	Nazwa przedmiotu	Łączna liczba godzin przedmiotu	rok akademicki 2026/27												rok akademicki 2027/28												ECTS razem wg grup przedmio- tów					
			sem. I						sem. II						sem. III						sem. IV											
			W	E-learning	K	Projekt-konkurs	Forma zaliczenia		W	E-learning	K	Projekt-konkurs	Forma zaliczenia		W	E-learning	K	Projekt-konkurs	Forma zaliczenia		W	E-learning	K	Projekt-konkurs	Forma zaliczenia							
							W	K					W	K					W	K					W	K						
A+B MODUŁ KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO I PODSTAWOWEGO																																
1	Sociologia czasu wolnego	12	12			E				3																		3				
2	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	12									12					E												2				
3	Praktyczne aspekty prawa	18	12		6	E	Z			4																		4				
4	Analiza i interpretacja danych statystycznych	12									12				8	E	Z											2				
5	Business Ethics	12																		12				Z		1		1				
6	Język obcy I z elementami języka specjalistycznego	64		20	12			Z		3			20	12														6				
7	Język obcy II z elementami języka specjalistycznego	48																		18	6			Z		3		6				
C MODUŁ KSZTAŁCENIA KIERUNKOWEGO																																
1	Polityka turystyczna	12	12			E				3																			3			
2	Strategie rozwoju turystyki	12									12												Z		2				2			
3	Produkt turystyczny	20	8		12	E	Z			4																			4			
4	Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	20													8					12			E	Z	3				2			
5	Regiony turystyczne Polski	26	16	10		E				4																			4			
6	World Tourism Regions	18									12	6				E													3			
7	Zarządzanie jakością w turystyce	16									16					E													2			
8	Badania i analiza rynku turystycznego	12																		12				Z	2				2			
9	Współczesne trendy w turystyce i rekreacji	16	16			Z				3																			3			
10	Równi zównowazony	12	12																										3			
11	Negocjacje i protokół dyplomatyczny	20																											3			
12	Wybory do wyboru	12																		12				Z	2		12	8	E	Z	3	3
13	Proseminarium	12	12							3																				2		
14	Seminarium magisterskie	50									14					Z	4													20		
15	Praktyka zawodowa 1	160									160					Z	6													6		
16	Praktyka zawodowa 2	330																		160										6		
suma godzin i ECTS:		936	100	30	30	0	-	-	30	52	28	210	8	-	-	24	8	42	208	0	-	-	23	12	18	192	0	-	-	22		
suma godzin i ECTS w semestrach																																
suma godzin i ECTS w latach										160																				99		
E1 Specjalność: MENEĐER PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNEGO																																
1	Rynek turystyczny	8										8				Z	2												2			
2	Analiza finansowo-ekonomiczna przedsięwzięć turystycznych	20									12				8	E	Z	2											2			
3	Organizacja przedsiębiorstw turystycznych	8										8				Z	2												2			
4	Komunikacja marketingowa, PR i media społecznościowe	16													8								E	Z	3				3			
5	Nowe technologie i cyfryzacja w sektorze turystycznym	8																											2			
6	Prawo w branży turystycznej	16																											2			
7	Zarządzanie zasobami ludzimi	16																							8	8	E	Z	2	2		
8	Komunikacja międzykulturowa w biznesie	8																											3			
9	Przedsiębiorstwo turystyczne - ćwiczenia terenowe	8																											2			
10	Przedsiębiorstwo turystyczne - wizyta studyjna	4																											1			
suma godzin i ECTS:		112	0	0	0	0	-	-	0	12	0	24	0	-	-	6	8	0	24	0	-	-	7	16	0	28	0	-	-	8		
suma godzin i ECTS w semestrach																																
suma godzin i ECTS w latach										36																				44		
łączna liczba godzin poszczególnych form zajęć w semestrach:		100	30	30	0	-	-	30	64	26	234	8	-	-	30	16	42	232	0	-	-	30	28	18	220	0	-	-	30			
łączna liczba godzin zajęć w semestrach:																																
łączna liczba zajęć w cyklu kształcenia:										160																						
łączna liczba punktów ECTS w semestrach:										492																						
łączna liczba punktów ECTS w latach:										30																						
łączna liczba punktów ECTS w cyklu kształcenia:										60																						
E3 Specjalność: DIETETYKA W SPORCIE I REKREACJI																																
1	Fizjologiczne i biochemiczne aspekty żywienia	8										8				Z	2												2			
2	Biologiczne uwarunkowania wydajności fizycznej	12									4				8	E	Z	2											2			
3	Trening personalny w żywieniu	16									8				8	E	Z	2											2			
4	Coaching zdrowia	16																												3		
5	Choroby przewlekłe w aspekcie wysiłku fizycznego	8																												2		
6	Żywność i wspomaganie dietetyczne w różnych dyscyplinach sportu	16																							8	8	E	Z	2	2		
7	Suplementy diety w sporcie	16																												2		
8	Planowanie diety i organizacja żywienia w sporcie i rekreacji	8																												3		
9	Dietytyka w sporcie i rekreacji - ćwiczenia terenowe	8																												2		
10	Dietytyka w sporcie i rekreacji - wizyta studyjna	4																												1		
suma godzin i ECTS:		112	0	0	0	0	-	-	0	12	0	24	0	-	-	6	8	0	24	0	-	-	7	16	0	28	0	-	-	8		
suma godzin i ECTS w semestrach																																
suma godzin i ECTS w latach										36																				44		
łączna liczba godzin poszczególnych form zajęć w semestrach:		100	30	30	0	-	-	30	64	26	234	8	-	-	30	16	42	232	0	-	-	30	28	18	220	0	-	-	30			
łączna liczba godzin zajęć w semestrach:																																
łączna liczba zajęć w cyklu kształcenia:										160																						
łączna liczba punktów ECTS w semestrach:										492																						
łączna liczba punktów ECTS w latach:										30																						
łączna liczba punktów ECTS w cyklu kształcenia:																																

