Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Tourism and Hospitality Management , PG_00187191		
Kierunek studiów	International Business (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	2	Język wykładowy	angielski Angielski
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS	2.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Katarzyna Osiecka-Brzeska	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć

Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						

Aktywność studenta i liczba godzin pracy

Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM
Liczba godzin pracy studenta	30	0.0	20.0	50

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z tematyką związaną z turystyką i hotelarstwem w kontekście zarządzania biznesem.

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[IBL3_W07] zna i rozumie dylematy współczesnej gospodarki światowej oraz ich znaczenie dla działalności przedsiębiorstw w środowisku międzynarodowym.	student zna i rozumie podstawowe dylematy współczesnej gospodarki światowej w kontekście przemysłu turystycznego i hotelarskiego; rozumie konieczność wprowadzania zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności biznesu	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[IBL3_U09] potrafi pracować samodzielnie oraz w zespołach, w tym o charakterze interdyscyplinarnym, a także planować i organizować własne zadania oraz pracę zespołu.	Student potrafi pracować samodzielnie oraz w zespołach, w tym o charakterze interdyscyplinarnym, a także planować i organizować własne zadania oraz pracę zespołu w projektowaniu zagadnień związanych z turystyką i hotelarstwem.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport

Treści przedmiotu	Analiza kluczowych pojęć oraz współczesnych trendów w turystyce i hotelarstwie z wykorzystaniem dyskusji, studiów przypadków oraz przykładów z praktyki branżowej. Omówienie definicji i konceptualizacji różnych rodzajów turystyki, w tym turystyki wypoczynkowej, biznesowej, kulturowej, zdrowotnej i zrównoważonej, oraz analiza ich znaczenia dla rozwoju sektora turystycznego. Analiza roli hotelarstwa jako integralnej części przemysłu turystycznego oraz omówienie funkcji, struktury i znaczenia przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych dla doświadczeń turystów. Turystyka i przemysł podróży – charakterystyka podmiotów rynku turystycznego, zależności pomiędzy uczestnikami sektora oraz analiza współczesnych modeli funkcjonowania branży turystycznej. Zarządzanie dystrybucją usług turystycznych i hotelarskich – analiza kanałów sprzedaży, systemów rezerwacyjnych, platform internetowych oraz strategii współpracy pomiędzy dostawcami usług a pośrednikami. Porównanie różnych modeli zarządzania zasobami ludzkimi w turystyce i hotelarstwie oraz analiza wyzwań związanych z rekrutacją, motywowaniem, szkoleniem i utrzymaniem pracowników w branży usługowej. Ocena znaczenia kompetencji pracowników sektora turystycznego i hotelarskiego, w tym umiejętności komunikacyjnych, międzykulturowych, organizacyjnych oraz kompetencji związanych z obsługą klienta. Marketing usług turystycznych i destynacji turystycznych – analiza zachowań konsumentów, segmentacji rynku, budowania marki oraz wykorzystania narzędzi marketingu cyfrowego w promocji usług i miejsc turystycznych. Strategiczne zarządzanie w turystyce i hotelarstwie – identyfikowanie źródeł przewagi konkurencyjnej, analiza strategii rozwoju przedsiębiorstw oraz ocena wpływu zmian rynkowych na decyzje menedżerskie. Turystyka a rozwój społeczno-ekonomiczny – analiza wpływu turystyki na gospodarkę regionalną i krajową, rynek pracy, przedsiębiorczość oraz jakość życia społeczności lokalnych. Turystyka i ochrona środowiska – ocena skutków działalności turystycznej dla środowiska naturalnego oraz analiza koncepcji zrównoważonego rozwoju, odpowiedzialnej turystyki i praktyk ograniczających negatywny wpływ sektora na otoczenie. Analiza relacji pomiędzy interesariuszami rynku turystycznego, w tym władzami publicznymi, przedsiębiorstwami, organizacjami pozarządowymi i społecznościami lokalnymi, oraz ich roli w zarządzaniu rozwojem turystyki. Rozwijanie skutecznych strategii komunikacji i obsługi klienta w turystyce i hotelarstwie – identyfikowanie oczekiwań klientów, rozwiązywanie sytuacji konfliktowych oraz budowanie pozytywnych doświadczeń turystycznych. Wyzwania współczesnej branży turystycznej i hotelarskiej – cyfryzacja, globalizacja, zmieniające się preferencje klientów, kryzysy gospodarcze i zdrowotne oraz ich wpływ na funkcjonowanie organizacji turystycznych. Ocena własnego potencjału zawodowego oraz rozwijanie kompetencji związanych z przywództwem, pracą zespołową, rozwiązywaniem problemów, podejmowaniem decyzji oraz zarządzaniem czasem w środowisku usługowym. Wellness & spa jako część sektora hotelarskiego – analiza rozwoju rynku usług wellness, oczekiwań klientów, modeli biznesowych oraz znaczenia usług zdrowotnych i rekreacyjnych dla konkurencyjności przedsiębiorstw hotelarskich. Studenci realizują również trzy projekty oparte o cases study: Modernizacja Agencji Turystycznej,

	Planowanie Wycieczki, Organizacja Wesela.	
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawy zarządzania przedsiębiorstwem	
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się		

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
Projekt 1	51.0%	20.0%
Test pisemny	51.0%	40.0%
Projekt 2	51.0%	20.0%
Projekt 3	51.0%	20.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	A.1. wykorzystywana podczas zajęć Godfrey, K. and Clarke, J. (2000) The Tourism Development Handbook: A Practical Approach to Planning and Marketing, London, New York: Continuum. Sloan, P., Legrand, W. and Chen, J.S. (2009) Sustainability in the Hospitality Industry.Principles of Sustainable Operations. Oxford: Elsevier. Hawkins, R. and Bohdanowicz, P. (2011) Responsible Hospitality: Theory and Practice, Woodeaton, Oxford: Goodfellow Publishers Ltd. A.2. studiowana samodzielnie przez studenta Materiały dostarczane przez prowadzącego
	Uzupełniająca lista lektur	Hawkins, R. and Bohdanowicz, P. (2011) Responsible Hospitality: Theory and Practice, Woodeaton, Oxford: GoodfellowPublishers Ltd
	Adresy eZasobów	

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	**1. Which of the following best defines sustainable tourism?** a) Tourism focused exclusively on luxury services b) Tourism that maximizes visitor numbers regardless of environmental impacts c) Tourism that balances economic, social, and environmental objectives d) Tourism limited to rural destinations **2. Which sector is considered an integral part of the hospitality industry?** a) Manufacturing b) Food and beverage services c) Agriculture d) Construction **3. What is the primary role of a travel intermediary such as a travel agency?** a) Producing tourism products b) Providing transportation infrastructure c) Connecting tourism suppliers with customers d) Regulating tourism markets **4. Which distribution channel allows hotels to sell rooms directly to customers without intermediaries?** a) Online Travel Agencies (OTAs) b) Tour operators c) Global Distribution Systems (GDS) d) Hotel website booking system **5. In tourism and hospitality, employee turnover refers to:** a) Employee promotion rates b) The replacement of employees who leave an organization c) Employee productivity levels d) The number of guests served daily **6. Destination branding is primarily concerned with:** a) Setting accommodation prices b) Designing transportation networks c) Creating a distinctive image of a tourist destination d) Recruiting tourism employees **7. Which strategic management tool is commonly used to assess an organization's strengths, weaknesses, opportunities, and threats?** a) PESTEL Analysis b) SWOT Analysis c) Benchmarking d) Break-even Analysis

	8. One positive socio-economic effect of tourism is: a) Increased unemployment b) Reduced cultural exchange c) Job creation and local economic growth d) Decreased entrepreneurial activity **9. Which practice contributes most directly to environmental protection in tourism?** a) Increasing disposable product usage b) Encouraging excessive resource consumption c) Implementing waste reduction and recycling programs d) Expanding tourism infrastructure without environmental assessment **10. The main objective of wellness and spa services in hospitality is to:** a) Provide transportation services b) Promote guest well-being, relaxation, and health c) Organize business conferences only d) Increase hotel room occupancy through discounts
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.