

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Media społecznościowe w turystyce

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia”
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie, studia II stopnia
Liczba punktów ECTS	4
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Zarządzanie i marketing w turystyce, hotelarstwie i gastronomii
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny
Rok / Semestr:	II/4
Osoba koordynująca przedmiot:	Koordynator przedmiotu
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Przedmioty z semestrów 1-3

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Ko	Egzamin / zaliczenie	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	14	28			14			4	6	66	4
Studia niestacjonarne	8	18			10			2	4	42	4

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne (właściwe podkreślić)
<u>Wykład</u> / <u>Ćwiczenia</u> / <u>Warsztat</u> / <u>Projekt</u> / Laboratorium	<u>Wykład z dyskusją ukierunkowaną</u> <u>wykład z prezentacją multimedialną</u> <u>case study</u> , metoda sytuacyjna, <u>metoda projektów</u> , <u>dyskusja dydaktyczna</u> , Ćwiczenia rachunkowe Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych - edukacyjna gra Gra symulacyjna Drama Inne: zajęcia projektowe, warsztaty

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ
Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego
-----	---	------------------------------------

		symbol
Wiedza:		
P_W01	Ma uporządkowaną, rozszerzoną wiedzę szczegółową z zakresu gospodarki turystycznej	K2P_W01 K2P_W02
P_W02	Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego,	K2P_W16
P_W03	Zna rodzaje mediów społecznościowych i możliwości zastosowania ich w zarządzaniu turystyką	K2P_W16
P_W04	Zna i rozumie ogólne pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	K2P_W09
P_W05	Posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu krajowym i międzynarodowym	K2P_W11 K2P_W10
Umiejętności:		
P_U01	Potrafi zastosować techniki marketingowe w mediach społecznościowych	K2P_U01 K2P_U02
P_U02	Potrafi dokonywać obserwacji i analiz procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce otwartej, potrafi interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne i prezentować je w mediach społecznościowych	K2P_U02 K2P_U05
P_U03	Umie wykorzystywać wiedzę do podejmowania nowych wyzwań, do samodzielnego rozstrzygania problemów pojawiających się w pracy zawodowej, związanych z funkcjonowaniem w środowisku wielokulturowym i w odmiennych systemach prawnych i politycznych; charakteryzuje się krytycznym podejściem	K2P_U02 K2P_U05
P_U04	Potrafi wykorzystywać media społecznościowe do zarządzania w turystyce	K2P_U08 K2P_U12
P_U05	Potrafi właściwie analizować i interpretować zaobserwowane zjawiska społeczne i komunikować się ze zróżnicowanym kręgiem odbiorców oraz prowadzić debatę w mediach	K2P_U12
P_U06	Posiada umiejętność prezentowania własnego stanowiska, wątpliwości i sugestii, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	K2P_U12
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Jest gotów akceptować ograniczenia własnej wiedzy oraz umiejętności i rozumieć potrzebę uczenia się przez całe życie oraz pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny; oraz potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	K2P_K01 K2P_K02
P_K02	Jest gotów współpracować z mediami społecznościowymi i efektywnie uczestniczyć w podejmowaniu i realizacji grupowych zadań projektowych	K2P_K04 K2P_K05
P_K03	Jest gotów do zachowania się w życiu zawodowym w sposób profesjonalny, etyczny, z poszanowaniem różnorodności poglądów i kultur; kierować się społeczną odpowiedzialnością biznesu	K2P_K07 K2P_K08
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się

W1	Charakterystyka mediów społecznościowych	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
W2	Rodzaje mediów społecznościowych	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
W3	Facebook, czyli must have	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
W4	Twitter - nie tylko dla polityków, dziennikarzy i celebrytów	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
W5	Instagram, czyli 1 zdjęcie to 1000 słów	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
W6	Youtube - czy 1 film to 1000 zdjęć?	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
W7	LinkedIn, Goldenline czyli marketing personalny w dobie rynku pracownika	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
Lp.	Ćwiczenia/projekt	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
Ćw1	Pozostałe istotne serwisy społecznościowe	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
Ćw 2	Blogosfera - blogi, fotoblogi, vlogi, spamblogi	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
Ćw 3	Formy działań marketingowych w mediach społecznościowych	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
P1	Case studies	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03

VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji (WŁAŚCIWE WYBRAĆ) Egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
Wykład	Test wiedzy	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
Ćwiczenia	Praca pisemna. Zadanie praktyczne	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
Projekt	Obserwacja i ocena realizacji zadania praktycznego	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe

	Zaliczenie wszystkich form zajęć przedmiotu (Ćwiczeń, projektu, laboratorium, pozytywna ocena egzaminu, INNE	
Wykład	Pozytywnie zaliczony test wiedzy	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
Ćwiczenia	Pozytywnie zaliczona praca pisemna i zadanie praktyczne	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03
Projekt	Pozytywna ocena projektu, pozytywna ocena aktywności na zajęciach	P_W01-P_W05, P_U01-P_U06, P_K01-P_K03

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	66	42
W tym		
1.1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	42	26
1.2. Egzaminy/zaliczenia - liczba godzin	6	4
1.3. Zajęcia projektowe	14	10
1.4. Udział w konsultacjach - liczba godzin	4	2
2. Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć, egzaminów, zaliczeń	34	58
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	100/4	100/4

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

Meerman Scott D., Nowe zasady marketingu i PR. Jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczną inteligencję dotrzeć bezpośrednio do kupujących, wyd. MT Biznes 2022.

Dejnaka A., Marketing mobilny, wyd. Difin 2019

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

Nowe media i wyzwania współczesności, praca zbiorowa pod redakcją M. Sokołowskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2013;

Znajomi na wagę złota: podstawy marketingu w mediach społecznościowych, D. Barefoot, J. Szabo, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011;

Skuteczne social media: prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty, A. Miotk, Helion, Gliwice 2013;

Media społecznościowe bez ściemy: jak kreować markę, J. Falls, E. Deckers, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013;

Homo irretitus: w sieci serwisów społecznościowych, reklamy i marketingu społecznego, praca zbiorowa pod redakcją K. Walotek-Ściańskiej i M. Szyski, Wyższa Szkoła Humanitas, Sosnowiec 2014;

Ewolucja wykorzystania mediów społecznościowych w marketingu, G. Mazurek, Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy z. 45/2016, s. 23-31

Media społecznościowe w procesie komunikacji marketingowej przedsiębiorstw handlu detalicznego z rynkiem, M. Drzazga, Studia Ekonomiczne / Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, nr 140/2013, s. 98-111;

Media społecznościowe a wizerunek marki, M. Brzozowska-Woś, Zarządzanie i Finanse, nr 1/2013 cz. 1, str. 53-65;

Polskie firmy w mediach społecznościowych, Raport ICAN Research, www.ican.pl

Inne materiały dydaktyczne:

–

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Zarządzanie i organizacja w hotelarstwie i gastronomii

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia”
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie , studia II stopnia
Liczba punktów ECTS	4
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Zarządzanie i marketing w turystyce, hotelarstwie i gastronomii
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny
Rok / Semestr:	II/4
Osoba koordynująca przedmiot:	Koordinador przedmiotu
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Przedmioty z semestrów 1-3

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Ko	Egzamin / zaliczenie	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	14	28			14			4	6	66	4
Studia niestacjonarne	8	18			10			2	4	42	4

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne (właściwe podkreślić)
<u>Wykład</u> /Ćwiczenia/Warsztat/Projekt/ Laboratorium	<u>Wykład z dyskusją ukierunkowaną</u> <u>wykład z prezentacją multimedialną</u> <u>case study</u> , metoda sytuacyjna, <u>metoda projektów</u> , <u>dyskusja dydaktyczna</u> , Ćwiczenia rachunkowe Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych - edukacyjna gra Gra symulacyjna Drama Inne: zajęcia projektowe, warsztaty

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU		
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego symbol
Wiedza:		
P_W01	Ma wiedzę o specyfice procesu zarządzania i organizacji w hotelarstwie i gastronomii,	K2P_W04 K2P_W05
P_W02	Zna zasady organizacji pracy i zarządzania w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania kapitałem intelektualnym	K2P_W05 K2P_W07
P_W03	Rozumie uwarunkowania funkcjonowania przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych w aspekcie organizacji wewnętrznej i współpracy z interesariuszami,	K2P_W05 K2P_W07
Umiejętności:		
P_U01	Identyfikuje rodzaje przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych, rozumie ich specyfikę i zależności między nimi, włączając procesy współpracy i konkutowania,	K2P_U01 K2P_U02
P_U02	Potrafi sporządzić dokumenty wewnętrzne o charakterze organizacyjnym i zarządczym związane ze świadczeniem usług hotelarskich i gastronomicznych	K2P_U02 K2P_U08
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Jest gotów współdziałać i pracować w grupie, koordynować jej działalność oraz podejmować właściwe decyzje zarządcze na szczeblu operacyjnym i strategicznym na podstawie analizy sytuacji	K2P_K04
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Hotelarstwo i gastronomia w aspektach organizacyjnych i zarządczych – wiadomości ogólne. Pojęcie przedsiębiorstwa gastronomicznego i hotelarskiego - specyfika, cechy i zasady funkcjonowania. Podstawowe rodzaje przedsiębiorstw gastronomicznych i hotelarskich: ich podział i charakterystyka.	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
W2	Uwarunkowania rozwoju i funkcjonowania przedsiębiorstw gastronomicznych i hotelarskich. Specyfika zarządzania procesem świadczenia usług hotelarskich i gastronomicznych.	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
W3	Proces zarządzania w hotelarstwie i gastronomii a organizacja usług podstawowych i dodatkowych. Specyfika zasobów materialnych i niematerialnych przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych. Formy organizacyjno- prawne przedsiębiorstw gastronomicznych i hotelarskich.	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
W4	Zadania i organizacja pracy w przedsiębiorstwach hotelarskich i gastronomicznych. Organizacja wewnętrzna przedsiębiorstwa - dokumenty organizacyjne. Komunikacja wewnętrzna i umiejętności interpersonalne.	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
W5	Wybrane zagadnienia z zakresu zarządzania kapitałem intelektualnym w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym. Zarządzanie wiedzą w hotelarstwie i gastronomii – wybrane metody i narzędzia. Interesariusze	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01

	przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych – rodzaje, zasady współpracy	
Lp.	Ćwiczenia/projekt	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
Ćw1	Przygotowywanie dokumentów założycielskich i organizacyjnych przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych. Definiowanie i opisywanie procesów organizacji przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego.	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
Ćw 2	Analiza schematów organizacyjnych wybranych przedsiębiorstw hotelarskich i gastronomicznych z uwzględnieniem specyfiki procesu świadczenia usług. System wynagrodzeń w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym.	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
Ćw 3	Regulamin pracy i płacy. Analiza schematów opisu stanowisk pracy w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym. Analiza dokumentów wewnętrznych o charakterze organizacyjnym i porządkowym. Specyfika pracy kierowników i kierowania zespołami pracowniczymi na różnych szczeblach zarządzania przedsiębiorstwem hotelarskim i gastronomicznym.	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
Ćw 4	Przygotowywanie kart oceny pracowników. Controlling w przedsiębiorstwach hotelarskich i gastronomicznych. Organizacja przedsiębiorstwa hotelarskiego i gastronomicznego w aspekcie procesu zarządzania (badanie terenowe)	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
P1	Case Studies badania terenowe i indywidualnych przypadków przedsiębiorstw gastronomicznych i hotelarskich	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01

VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji (WŁAŚCIWE WYBRAĆ) Egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
Wykład	Test wiedzy	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
Ćwiczenia	Praca pisemna. Zadanie praktyczne	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
Projekt	Obserwacja i ocena realizacji zadania praktycznego	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe

	Zaliczenie wszystkich form zajęć przedmiotu (Ćwiczeń, projektu, laboratorium, pozytywna ocena egzaminu, INNE	
Wykład	Pozytywnie zaliczony test wiedzy	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
Ćwiczenia	Pozytywnie zaliczona praca pisemna i zadanie praktyczne	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01
Projekt	Pozytywna ocena projektu, pozytywna ocena aktywności na zajęciach	P_W01-P_W03, P_U01-P_U02, P_K01

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i	66	42

studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II		
W tym		
1.1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	42	26
1.2. Egzaminy/zaliczenia - liczba godzin	6	4
1.3. Zajęcia projektowe	14	10
1.4. Udział w konsultacjach - liczba godzin	4	2
2. Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć, egzaminów, zaliczeń	34	58
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	100/4	100/4
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu:		
Sala J. Hotelarstwo. Usługi. Zarządzanie. Procesy koncentracji, PWE Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2019		
Birhanu T., Opieka i obsługa klienta w turystyce i hotelarstwie, KS OmniScriptum Publishing 2020		
Literatura uzupełniająca przedmiotu:		
Mitura E., Koniuszewska E., Hotelarstwo – organizacja pracy i technika pracy, Difin, Warszawa 2008.		
Panasiuk A., Szostak D., Hotelarstwo. Usługi-eksploatacja-zarządzanie, PWN, Warszawa 2008.		
Panasiuk A., Szostak D., Hotelarstwo, usługi, eksploatacja, zarządzanie, PWN, Warszawa 2008		
Sala J., Formy współczesnego hotelarstwa. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2008		
Sala J., Marketing w gastronomii. PWE, Warszawa 2004.		
Siwiński W., Tauber R., Mucha-Szajek E., Turystyka rekreacja hotelarstwo i gastronomia w teorii i praktyce. Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poznań 2011.		
Popielas J., Tauber D., Logistyka dla hotelarzy, gastronomów i nie tylko, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poznań 2007.		
Dominik P., Dragon W., Organizacja przedsiębiorstwa hotelarskiego, Wydawnictwo: AlmaMer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2009.		
Inne materiały dydaktyczne:		
–		

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)	
Nowe trendy w turystyce	
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia”
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie, studia II stopnia
Liczba punktów ECTS	4
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY

Nazwa specjalności:				Zarządzanie i marketing w turystyce, hotelarstwie i gastronomii							
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)				Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/fakultatywny							
Rok / Semestr:				II/4							
Osoba koordynująca przedmiot:				Koordynator przedmiotu							
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):				Przedmioty z semestrów 1-3							
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN											
	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Ko	Egzamin / zaliczenie	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	14	28			14			4	6	66	4
Studia niestacjonarne	8	18			10			2	4	42	4
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH											
Formy zajęć				Metody dydaktyczne (właściwe podkreślić)							
<u>Wykład/Ćwiczenia/Warsztat/Projekt/Laboratorium</u>				<u>Wykład z dyskusją ukierunkowaną</u> <u>wykład z prezentacją multimedialną</u> <u>case study,</u> metoda sytuacyjna, <u>metoda projektów,</u> <u>dyskusja dydaktyczna.</u> Ćwiczenia rachunkowe Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych - edukacyjna gra Gra symulacyjna Drama Inne: zajęcia projektowe, warsztaty							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU											
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się									Odniesienie do efektu kierunkowego symbol	
Wiedza:											
P_W01	Zna i rozumie aktualne trendy i kierunki rozwoju turystyki i rekreacji									K2P_W01 K2P_W02	
P_W02	Zna i rozumie uwarunkowania rozwoju wybranych form turystyki i rekreacji									K2P_W02 K2P_W03	
Umiejętności:											
P_U01	Potrafi formułować wnioski na temat podstawowych problemów współczesnej turystyki i rekreacji na podstawie różnych źródeł informacji									K2P_U01	
Kompetencje społeczne:											

P_K01	Jest gotów do prowadzenia działalności w zakresie turystyki w sposób przedsiębiorczy i odpowiedzialny społecznie	K2P_K05
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Nowe formy turystyki i jej przestrzenie turystyczne (m.in. turystyka militarna, industrialna, penitencjarna, tanatoturystyka).	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
W2	Rozwój turystyki kulinarnej i enoturystyki.	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
W3	Aspekty ekonomiczne nowych form turystyki oraz ich wpływ na społeczności lokalne	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
W4	Tworzenie i promocja produktów turystycznych z zakresu nowych form turystyki i rekreacji.	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
W5	Perspektywy i bariery rozwoju nowych form turystyki i rekreacji.	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
W6	Zarządzanie sytuacją kryzysową w przedsiębiorstwie turystycznym.	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Lp.	Ćwiczenia/projekt	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
Ćw1	Znaczenie media relations w kreowaniu wizerunku przedsiębiorstwa turystycznego..	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Ćw 2	Znaczenie internetu i technologii mobilnych w turystyce XXI w.	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Ćw 3	Marketing miejsc w turystyce.	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Ćw 4	Rola wybranych form ochrony własności intelektualnej w rozwoju branży turystycznej	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
P1	Case studies	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU	Metoda weryfikacji (WŁAŚCIWE WYBRAĆ) Egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
Wykład	Test wiedzy	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Ćwiczenia	Praca pisemna. Zadanie praktyczne	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Projekt	Obserwacja i ocena realizacji zadania praktycznego	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe		
	Zaliczenie wszystkich form zajęć przedmiotu (Ćwiczeń, projektu, laboratorium, pozytywna ocena egzaminu, INNE	
Wykład	Pozytywnie zaliczony test wiedzy	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Ćwiczenia	Pozytywnie zaliczona praca pisemna i zadanie praktyczne	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01
Projekt	Pozytywna ocena projektu, pozytywna ocena aktywności na zajęciach	P_W01-P_W01, P_U01, P_K01

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	66	42
W tym		
1.1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	42	26
1.2. Egzaminy/zaliczenia - liczba godzin	6	4
1.3. Zajęcia projektowe	14	10
1.4. Udział w konsultacjach - liczba godzin	4	2
2. Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć, egzaminów, zaliczeń	34	58
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	100/4	100/4

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

Współczesna turystyka, środowisko, człowiek, gospodarka (red.) Meyer B., Gardzińska A., Sawińska A., Wydawnictwo: Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2023,

Godlewski G., Zalech M. (red.). 2015. Turystyka kontrowersyjna na współczesnym rynku podróży - formy, uwarunkowania, skutki. AWF Warszawa, Biała Podlaska.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

Anthonissen P.F. (red.). 2013. Komunikacja kryzysowa. Wyd. Wolters Kluwer business, Warszawa.

Czaplicka M. 2014. Zarządzanie kryzysem w social media. Wyd. HELION, Gliwice.

Bednarczyk M., Wszendybył-Skulska E (red.). 2013. Zarządzanie turystyką w kryzysie. Edukacja i marka. CeDeWu, Warszawa

Łaszyn A. 2015. Media i TY. Jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami. Wydaw. Message House.

Marciszewska B. 2010. Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń. C.H. Beck, Warszawa.

Lubowiecki-Vikuk A.P., Paczyńska-Jędrycka M. 2010. Współczesne tendencje w rozwoju form rekreacyjnych i turystycznych. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Siwiński W., Tauber R.D., Mucha-Szajek E. 2008. Współczesne tendencje w turystyce, Wyd. Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Gastronomii, Poznań.

Inne materiały dydaktyczne:

–

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

Instrumenty konkurowania w przestrzeni wirtualnej											
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:					Uczelnia Biznesu i Nauk Stosowanych „Varsovia”						
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:					Zarządzanie, studia II stopnia						
Liczba punktów ECTS					4						
Język przedmiotu- polski, angielski, inny					polski						
Profil kształcenia:					PRAKTYCZNY						
Nazwa specjalności:					Dyplomacja, negocjacje i komunikacja w biznesie międzynarodowym						
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)					Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny						
Rok / Semestr:					II/4						
Osoba koordynująca przedmiot:					Koordynator przedmiotu						
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):					Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne nabyte w ramach przedmiotów z semestrów 1-3						
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN											
	Wykład	Ćwiczenia/konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Ko	Egzamin / zaliczenie	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	14	28			14			4	6	66	4
Studia niestacjonarne	8	18			10			2	4	42	4
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH											
Formy zajęć				Metody dydaktyczne (właściwe podkreślić)							
<u>Wykład</u> /Ćwiczenia/Warsztat/ <u>Projekt</u> / Laboratorium				<u>Wykład z dyskusją ukierunkowaną</u> <u>wykład z prezentacją multimedialną</u> <u>case study,</u> metoda sytuacyjna, <u>metoda projektów,</u> <u>dyskusja dydaktyczna.</u> Ćwiczenia rachunkowe Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych - edukacyjna gra Gra symulacyjna Drama Inne: zajęcia projektowe, warsztaty							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU											
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się									Odniesienie do efektu kierunkowego symbol	

Wiedza:		
P_W01	Student zna i rozumie istotę i formy relacji konkurencyjnych między przedsiębiorstwami	K2P_W04 K2P_W05
P_W02	Student zna i rozumie główne determinanty budowania konkurencyjności przedsiębiorstwa	K2P_W04 K2P_W12
P_W03	Student zna i rozumie znacznie przestrzeni wirtualnej dla prowadzenia biznesu	K2P_W14
P_W04	Student posiada wiedzę na temat instrumentów konkurowania w Internecie	K2P_W04 K2P_W14
Umiejętności:		
P_U01	Student potrafi przeanalizować sytuację konkurencyjną przedsiębiorstwa	K2P_U01 K2P_U05
P_U02	Student potrafi dokonać wyboru instrumentów konkurowania dla przedsiębiorstw internetowych	K2P_U05 K2P_U06
P_U03	Student ma zdolność współdziałania w osiąganiu założonych celów	K2P_U15
Kompetencje społeczne:		
P_K01	Student jest gotowy do orientowania się w różnorodności narzędzi konkurowania	K2P_K01 K2P_K02
P_K02	Student jest gotowy do wykazania się kreatywnością w znajdывaniu nowych rozwiązań	K2P_K01 K2P_K05
V. TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Imperatyw konkurencyjności - wprowadzenie do tematyki	P_W01
W2	Mechanizmy budowania konkurencyjności przedsiębiorstwa	P_W01; P_W02
W3	Fazy kreowania pozycji konkurencyjnej	P_W01; P_W02
W4	Przestrzeń wirtualna jako środowisko prowadzenia biznesu	P_K02; P_W03
Lp.	Ćwiczenia/projekt	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
Ćw1	Specyfika poszczególnych segmentów biznesu internetowego	P_U02; P_W03
Ćw 2	Instrumenty konkurowania w Internecie	P_K01; P_U01; P_U02; P_W04
Ćw 3	Wykreowanie pomysłu na biznes internetowy	P_W03, P_W04, P_U03, P_K02
Ćw 4	Analiza uwarunkowań konkurencyjnych (otoczenia bliższego i dalszego)	P_U01; P_W01; P_W02
P1	Zaprojektowanie skutecznych narzędzi konkurowania	P_K01; P_K02; P_U02; P_W04
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Forma zajęć, w ramach której	Metoda weryfikacji (WŁAŚCIWE WYBRAĆ) Egzamin pisemny, egzamin ustny, kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się:

weryfikowany jest EU		wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne WŁAŚCIWE WYBRAĆ
Wykład	Test wiedzy	P_W01-P_W04, P_U01-P_U04, P_K01-P_K02
Ćwiczenia	Praca pisemna. Zadanie praktyczne	P_W01-P_W04, P_U01-P_U04, P_K01-P_K02
Projekt	Obserwacja i ocena realizacji zadania praktycznego	P_W01-P_W04, P_U01-P_U04, P_K01-P_K02
WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe		
	Zaliczenie wszystkich form zajęć przedmiotu (Ćwiczeń, projektu, laboratorium, pozytywna ocena egzaminu, INNE	
Wykład	Pozytywnie zaliczony test wiedzy	P_W01-P_W04, P_U01-P_U04, P_K01-P_K02
Ćwiczenia	Pozytywnie zaliczona praca pisemna i zadanie praktyczne	P_W01-P_W04, P_U01-P_U04, P_K01-P_K02
Projekt	Pozytywna ocena projektu, pozytywna ocena aktywności na zajęciach	P_W01-P_W04, P_U01-P_U04, P_K01-P_K02
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS		
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	66	42
W tym		
1.1. Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	42	26
1.2. Egzaminy/zaliczenia - liczba godzin	6	4
1.3. Zajęcia projektowe	14	10
1.4. Udział w konsultacjach - liczba godzin	4	2
2. Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne, samodzielne przygotowanie się do zajęć, egzaminów, zaliczeń	34	58
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS	100/4	100/4
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu:		
Królewski J., Sala P., E-marketing Współczesne trendy, Pakiet startowy, wyd. PWN 2023.		
Dutko M, Biblia e-biznesu 3.0, wyd. Onepress 2022.		
Skorupska J., E-commerce. Strategia. Zarządzanie. Finanse, wyd. PWN 2017.		
Literatura uzupełniająca przedmiotu:		
Badanie konkurencji i konkurencyjności przedsiębiorstw i produktów na rynku, praca zbiorowa pod red. S. Mynarskiego, UE Kraków, Kraków, 2007		
Kształtowanie elastyczności przedsiębiorstw internetowych, Moroz M., UE Wrocław, Wrocław, 2013		
E-biznes. Poradnik praktyka. Wydanie II, Dutko M., Helion, Gliwice, 2013		
Inne materiały dydaktyczne:		

-
