Studia stacjonarne drugiego stopnia
kierunek Gospodarka turystyczna

Promotor	Specjalizacja badawczo-dydaktyczna	Przykładowe tematy prac dyplomowych
dr hab. Barbara Pabian, prof. UE	Turystyka kulturowa, etnografia turystyczna, religie świata i geografia kulturowa, kulturoznawstwo, folklorystyka	1. Turystyka kulturowa na Górnym Śląsku w aspekcie rozwoju gospodarczego regionu 2. Folklor Górnego Śląska jako produkt turystyczny 3. Relikty kultury szlacheckiej w zainteresowaniach odwiedzających – analiza i ocena na przykładzie Muzeum Kultury Szlacheckiej w Łopusznie 4. Politeistyczne świątynie Indii jako cel turystyki religijnej – projekt imprezy turystycznej 5. Urban exploring. Niekonwencjonalne sposoby uprawiania turystyki miejskiej na przykładzie miasta Katowice
dr hab. Ewa Zeman-Miszewska, prof. UE	marketing terytorialny, trendy we współczesnej turystyce, wpływ turystyki na rozwój lokalny i regionalny	1. Dziecko jako uczestnik rynku turystycznego 2. Rynek piw kraftowych w Polsce a rozwój turystyki piwnej 3. Fabularne gry terenowe jako produkt turystyki kulturowej 4. Wpływ terroryzmu na atrakcyjność turystyczną krajów Bliskiego Wschodu w świetle opinii polskich turystów (i / lub biur podróży) 5. Produkt turystyczny Beskidu Śląskiego (koncepcja produktu markowego) markowego)
dr hab. Katarzyna Czernek-Marszałek	1. Relacje (współpracy, konkurencji, koopetycji) w sektorze turystycznym na poziomie lokalnym i regionalnym 2. Rozwój społeczno-gospodarczy regionów turystycznych 3. Konkurencyjność regionów i przedsiębiorstw turystycznych 4. Innowacje i transfer wiedzy sektorze turystycznym 5. Koncepcje ekonomii heterodoksyjnej i ich zastosowanie w sektorze turystyki 6. Znaczenie relacji społecznych (nieformalnych/osobistych) w decyzjach ekonomicznych podmiotów gospodarczych	1. Znaczenie transportu lotniczego dla rozwoju regionu na przykładzie międzynarodowego portu lotniczego Katowice w Pyrzowicach 2. Wizerunek Polski jako destynacji turystycznej w opinii studentów zagranicznych 3. Wpływ turniejów gier komputerowych na wizerunek turystyczny miasta na przykładzie „Intel Extreme Masters" 4. Internet jako narzędzie promocji obszaru turystycznego na przykładzie „Beskidzkiej 5 5. Znaczenie promocji-mix dla rozwoju turystyki miasta Wisła 6. Rola władz samorządowych w rozwoju turystyki gminy Brenna 7. Rozwój turystyki biznesowej w Katowicach – ocena potencjału 8. Znaczenie atrakcyjności turystycznej województwa śląskiego w kreowaniu jego wizerunku 9. Wpływ atrakcyjności turystycznej Nowego Jorku na jego wizerunek