

**Matryca pokrycia efektów uczenia się dla kierunku GOSPODARKA TURYSTYCZNA (studia II stopnia)  
obowiązująca od naboru na rok akad. 2021/2022**

| Symbol   | WIEDZA  |         |         |         |         |         |         |         | UMIEJĘTNOŚCI |         |         |         |         |         |         |         | KOMPETENCJE SPOŁECZNE |         |         |         |         |         |   |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---|
|  | GT2_W01 | GT2_W02 | GT2_W03 | GT2_W04 | GT2_W05 | GT2_W06 | GT2_W07 | GT2_W08 | GT2_U01      | GT2_U02 | GT2_U03 | GT2_U04 | GT2_U05 | GT2_U06 | GT2_U07 | GT2_U08 | GT2_K01               | GT2_K02 | GT2_K03 | GT2_K04 | GT2_K05 | GT2_K06 |   |
| BADANIE MIĘDZYNARODOWYCH RYNKÓW TURYSTYCZNYCH                  | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x            | x       |         |         | x       |         |         |         |                       | x       |         |         |         |         | x |
| FILOZOFIA ZARZĄDZANIA  | x       |         |         |         |         |         |         | x       |              |         |         |         |         |         |         |         |                       |         |         |         |         |         | x |
| ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z OTOCZENIEM W TURYSTYCE                 |         |         | x       |         | x       |         |         |         |              |         | x       |         |         |         | x       |         |                       | x       |         |         |         |         | x |
| INTERNACJONALIZACJA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ                    |         | x       | x       |         |         |         |         | x       | x            |         |         |         |         |         |         | x       |                       |         | x       |         |         |         |   |
| TRENING MENADŻERA W TURYSTYCE                                  |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x            |         | x       |         |         |         |         |         |                       |         | x       |         |         | x       |   |
| POLITYKA SPOŁECZNA I GOSPODARCZA                               | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x            |         |         |         |         |         |         |         |                       |         | x       |         | x       |         |   |
| POLITYKA TURYSTYCZNA W POLSCE I UE                             |         |         |         |         | x       | x       |         |         | x            |         |         |         |         |         |         |         |                       | x       |         |         | x       |         | x |
| KONKURENCYJNOŚĆ REGIONÓW I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH       |         |         |         |         | x       | x       |         |         |              |         | x       |         |         |         |         | x       |                       |         |         |         |         | x       | x |
| ZARZĄDZANIE W REGIONACH TURYSTYCZNYCH                          | x       |         |         |         | x       |         |         |         | x            |         |         |         |         |         |         | x       |                       |         |         |         |         | x       | x |
| SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU                             |         |         |         |         |         |         |         | x       |              |         |         |         |         |         |         | x       |                       |         |         |         |         | x       | x |
| KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA W BIZNESIE TURYSTYCZNYM            |         |         | x       |         | x       |         |         |         |              |         | x       | x       |         |         |         |         |                       |         |         |         |         | x       |   |
| MAKROEKONOMIA  | x       |         |         |         |         | x       |         |         | x            |         |         |         |         |         |         |         |                       | x       |         |         |         | x       |   |
| MIĘDZYNARODOWE PORÓWNIANIA KONSUMPCJI TURYSTYCZNEJ             |         | x       |         |         |         |         |         |         | x            | x       |         |         | x       | x       |         |         | x                     | x       |         |         |         |         |   |
| FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO W TURYSTYCE |         | x       |         |         |         |         |         |         | x            |         |         |         |         |         |         | x       |                       |         |         |         |         | x       |   |
| PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I INNOWACJE W BIZNESIE TURYSTYCZNYM          |         | x       |         |         | x       |         |         | x       | x            |         |         |         |         |         |         |         |                       | x       |         |         |         | x       |   |
| TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA   |         | x       |         | x       | x       |         |         |         | x            |         |         |         |         |         |         |         |                       | x       |         |         |         | x       |   |
| NOWE MEDIA W TURYSTYCE   |         |         | x       |         |         |         |         |         | x            |         | x       |         |         |         |         |         | x                     |         |         |         |         |         | x |
| ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM        |         |         |         | x       |         |         |         | x       | x            |         |         |         |         |         |         | x       |                       | x       |         |         |         | x       |   |
| SYSTEMY INFORMACJI I PROMOCJI W TURYSTYCE                      |         |         | x       |         |         |         |         |         | x            |         | x       |         |         |         |         |         |                       |         |         |         |         | x       |   |
| ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ USŁUG W TURYSTYCE                         |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x            |         |         |         |         |         | x       |         | x                     |         |         |         |         |         |   |
| ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI W TURYSTYCE                             |         | x       |         |         | x       |         |         |         | x            |         |         |         |         | x       | x       |         |                       |         |         |         |         |         | x |
| E-COMMERCE W TURYSTYCE   |         |         |         |         |         |         | x       | x       | x            |         |         |         |         |         |         |         | x                     |         |         |         |         |         | x |
| OCHRONA KONSUMENTA NA RYNKU TURYSTYCZNYM                       |         |         |         |         |         |         | x       |         |              |         | x       |         |         |         |         |         | x                     |         |         |         |         |         | x |
| SEMINARIUM MAGISTERSKIE  | x       | x       |         |         |         |         |         | x       |              |         |         |         |         |         |         |         | x                     |         |         |         |         |         |   |

| SYMBOL                       | OPIS EFEKTU KIERUNKOWEGO   |
|------------------------------|--|
| <b>WIEDZA</b>                |  |
| GT2_W01                      | Zna i rozumie w pogłębionym stopniu - wybrane fakty, obiekty i zjawiska w branży turystycznej oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk ekonomicznych, w tym nauk organizacji i zarządzania oraz ich miejscu w systemie nauk społecznych i relacjach do innych nauk.  |
| GT2_W02                      | Zna i rozumie kluczowe zagadnienia teoretyczne z obszaru turystyki oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej – wynikającej z programu studiów na kierunku Gospodarka Turystyczna.   |
| GT2_W03                      | Zna rodzaje więzi i zasady komunikacji wewnątrz organizacji oraz z partnerami zewnętrznymi w turystyce, a także rozumie znaczenie personelu w turystyce i specyfikę zarządzania nim.   |
| GT2_W04                      | Zna i rozumie główne tendencje rozwojowe w obszarze gospodarki turystycznej oraz w ramach paradygmatów i podejść poznawczych wykorzystywanych w naukach organizacji i zarządzania oraz naukach ekonomicznych.  |
| GT2_W05                      | Zna i rozumie rolę człowieka jako kreatora i uczestnika struktur/procesów kulturowych oraz społeczno-gospodarczych, w tym w gospodarce turystycznej, ma pogłębioną wiedzę o cechach i roli przedsiębiorcy funkcjonującego w biznesie turystycznym w różnych skalach, poczynając od macierzystego regionu (zdobytą m.in. poprzez nowoczesne metody dydaktyczne, zajęcia terenowe, czy wykłady z udziałem praktyków).  |
| GT2_W06                      | Zna i rozumie zasady funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych, gospodarki narodowej, Unii Europejskiej i międzynarodowych organizacji turystycznych.   |
| GT2_W07                      | Zna przepisy prawa i rozumie rolę instrumentów prawnych oraz zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego, w tym normy etyczne warunkujące funkcjonowanie podmiotów gospodarki turystycznej w środowisku krajowym i międzynarodowym.  |
| GT2_W08                      | Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości oraz cechy i rolę przedsiębiorcy funkcjonującego na rynku usług turystycznych.  |
| <b>UMIĘJETNOŚCI</b>          |  |
| GT2_U01                      | Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę teoretyczną w zakresie gospodarki turystycznej celem formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez:<br>– właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji,<br>– dobór oraz stosowanie właściwych metod i innowacyjnych narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych,<br>– przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi. |
| GT2_U02                      | Potrafi umiejętnie formułować i testować hipotezy związane z problemami badawczymi w zakresie gospodarki turystycznej.   |
| GT2_U03                      | Potrafi komunikować się na tematy związane z branżą turystyczną z różnymi grupami interesariuszy.  |
| GT2_U04                      | Potrafi prowadzić debatę na tematy związane z gospodarką turystyczną.  |
| GT2_U05                      | Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią występującą w branży turystycznej.  |
| GT2_U06                      | Potrafi kierować pracą zespołu w branży turystycznej.  |
| GT2_U07                      | Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych wykonywanych w branży turystycznej i podejmować wiodącą rolę w zespołach.  |
| GT2_U08                      | Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie podnoszące kompetencje w zakresie wykonywanego zawodu zgodnego z kierunkiem studiów i ukierunkowywać innych w tym zakresie.   |
| <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b> |  |
| GT2_K01                      | Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści dotyczących gospodarki turystycznej.   |
| GT2_K02                      | Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy o gospodarce turystycznej w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgnięcia opinii ekspertów z branży turystycznej w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu. (wynikających m.in. z nowoczesnych metod dydaktycznych takich jak zajęcia terenowe, wizyty studyjne na targach branżowych, czy wykłady z udziałem praktyków).   |
| GT2_K03                      | Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania różnej działalności w branży turystycznej na rzecz środowiska społecznego.  |
| GT2_K04                      | Jest gotów do inicjowania działań w branży turystycznej na rzecz dobra wspólnego interesu publicznego.   |
| GT2_K05                      | Jest gotów do innowacyjnego myślenia i działania w branży turystycznej w sposób przedsiębiorczy.   |
| GT2_K06                      | Jest gotów do profesjonalnego i odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych związanych z gospodarką turystyczną, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym:<br>– rozwijania dorobku zawodowego w branży turystycznej,<br>– podtrzymywania etosu zawodowego w branży turystycznej,<br>– przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej w branży turystycznej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad.  |