

Symbol	Opis efektu kierunkowego	BADANIE MIĘDZYNARODOWYCH RYNKÓW TURYSTYCZNYCH	FILOZOFIA ZARZĄDZANIA	ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z OTOCZENIEM W TURYSTYCE	INTERNACJONALIZACJA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ	TRENING MENADŻERA W TURYSTYCE	POLITYKA SPOŁECZNA I GOSPODARCZA	POLITYKA TURYSTYCZNA W POLSCE I UE	KONKURENCYJNOŚĆ REGIONÓW I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH	ZARZĄDZANIE W REGIONACH TURYSTYCZNYCH	SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU	KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA W BIZNESIE TURYSTYCZNYM	MAKROEKONOMIA	MIĘDZYNARODOWE PORÓWNANIA KONSUMPCJI TURYSTYCZNEJ	FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO W TURYSTYCE	PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I INNOWACJE W BIZNESIE TURYSTYCZNYM	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA	NOWE MEDIA W TURYSTYCE	ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM	SYSTEMY INFORMACJI I PROMOCJI W TURYSTYCE	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ USŁUG W TURYSTYCE	ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI W TURYSTYCE	PRZEDMIOTY DO WYBORU	E-COMMERCE W TURYSTYCE	OCHRONA KONSUMENTA NA RYNKU TURYSTYCZNYM	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	PRZEDMIOTY DO WYBORU	
	Przedmiot																													
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)	X		X		X	X	X	X			X				X		X					X	X						
GT2_W06	Zna i rozumie zasady funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych, gospodarki narodowej, Unii Europejskiej i międzynarodowych organizacji turystycznych							X	X				X																	
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		X		X												X					X				X	X	X		
GT2_W08	Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości oraz cechy i rolę przedsiębiorcy funkcjonującego na rynku usług turystycznych					X										X					X					X				

UMIĘTNOŚCI

Symbol	Opis efektu kierunkowego	BADANIE MIĘDZYNARODOWYCH RYNKÓW TURYSTYCZNYCH	FILOZOFIA ZARZĄDZANIA	ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z OTOCZENIEM W TURYSTYCE	INTERNACJONALIZACJA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ	TRENING MENADŻERA W TURYSTYCE	POLITYKA SPOŁECZNA I GOSPODARCZA	POLITYKA TURYSTYCZNA W POLSCE I UE	KONKURENCYJNOŚĆ REGIONÓW I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH	ZARZĄDZANIE W REGIONACH TURYSTYCZNYCH	SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU	KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA W BIZNESIE TURYSTYCZNYM	MAKROEKONOMIA	MIĘDZYNARODOWE PORÓWNIANIA KONSUMPCJI TURYSTYCZNEJ	FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO W TURYSTYCE	PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I INNOWACJE W BIZNESIE TURYSTYCZNYM	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA	NOWE MEDIA W TURYSTYCE	ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM	SYSTEMY INFORMACJI I PROMOCJI W TURYSTYCE	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ USŁUG W TURYSTYCE	ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI W TURYSTYCE	PRZEDMIOTY DO WYBORU	E-COMMERCE W TURYSTYCE	OCHRONA KONSUMENTA NA RYNKU TURYSTYCZNYM	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	PRZEDMIOTY DO WYBORU	
	Przedmiot																													
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: – właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, – dobór oraz stosowanie właściwych metod i innowacyjnych narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, – przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi.	X	X		X	X	X	X		X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X		X		
GT2_U02	Potrafi umiejętnie formułować i testować hipotezy związane z problemami badawczymi w zakresie gospodarki turystycznej.	X												X																
GT2_U03	Potrafi komunikować się na tematy związane z branżą turystyczną z różnymi grupami interesariuszy.			X		X			X			X							X		X							X		
GT2_U04	Potrafi prowadzić debatę na tematy związane z gospodarką turystyczną											X																		
GT2_U05	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią występującą w branży turystycznej	X												X																
GT2_U06	Potrafi kierować pracą zespołu w branży turystycznej													X											X					
GT2_U07	Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych wykonywanych w branży turystycznej i podejmować wiodącą rolę w zespołach.			X					X	X					X									X	X					

Symbol	Opis efektu kierunkowego	BADANIE MIĘDZYNARODOWYCH RYNKÓW TURYSTYCZNYCH	FILOZOFIA ZARZĄDZANIA	ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z OTOCZENIEM W TURYSTYCE	INTERNACJONALIZACJA GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ	TRENING MENADŻERA W TURYSTYCE	POLITYKA SPOŁECZNA I GOSPODARCZA	POLITYKA TURYSTYCZNA W POLSCE I UE	KONKURENCYJNOŚĆ REGIONÓW I PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH	ZARZĄDZANIE W REGIONACH TURYSTYCZNYCH	SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU	KOMUNIKACJA MIĘDZYKULTUROWA W BIZNESIE TURYSTYCZNYM	MAKROEKONOMIA	MIĘDZYNARODOWE PORÓWNANIA KONSUMPCJI TURYSTYCZNEJ	FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO W TURYSTYCE	PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I INNOWACJE W BIZNESIE TURYSTYCZNYM	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	TURYSTYKA ZRÓWNOWAŻONA	NOWE MEDIA W TURYSTYCE	ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM	SYSTEMY INFORMACJI I PROMOCJI W TURYSTYCE	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ USŁUG W TURYSTYCE	ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI W TURYSTYCE	PRZEDMIOTY DO WYBORU	E-COMMERCE W TURYSTYCE	OCHRONA KONSUMENTA NA RYNKU TURYSTYCZNYM	SEMINARIUM MAGISTERSKIE	PRZEDMIOTY DO WYBORU			
	Przedmiot																															
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				X														X	X							X	X				
x																																
GT2_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści dotyczących gospodarki turystycznej													X																		X
GT2_K02	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy o gospodarce turystycznej w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania 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)	X		X									X	X	X	X			X		X											
GT2_K03	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania różnej działalności w branży turystycznej na rzecz środowiska społecznego.				X	X	X																	X								
GT2_K04	Jest gotów do inicjowania działań w branży turystycznej na rzecz dobra wspólnego interesu publicznego						X	X				X	X		X				X		X											
GT2_K05	Jest gotów do innowacyjnego myślenia i działania w branży turystycznej w sposób przedsiębiorczy					X			X	X						X			X	X				X		X						

