

**PROGRAM STUDIÓW**  
**kierunek GOSPODARKA TURYSTYCZNA**

1. Nazwa kierunku studiów: **gospodarka turystyczna.**
2. Poziom kształcenia: **studia pierwszego stopnia.**
3. Profil kształcenia: **ogólnoakademicki.**
4. Forma studiów (stacjonarne/niestacjonarne): **stacjonarne.**
5. Tytuł zawodowy nadawany absolwentowi: **licencjat.**
6. Łączna liczba godzin zajęć: **1800.**
7. Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie: **180 ECTS.**
8. Liczba semestrów: **6.**
9. Efekty uczenia się dla kierunku **gospodarka turystyczna.**

Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji	<b>PRK 6</b> <i>wpisać poziom PRK: 6 dla studiów I stopnia, 7 – dla studiów II stopnia</i>
Poziom studiów	<b>studia pierwszego stopnia</b> <i>wpisać: studia I lub II stopnia</i>
Profil studiów	<b>ogólnoakademicki</b> <i>wpisać: ogólnoakademicki lub praktyczny</i>
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	<b>licencjat</b> <i>wpisać tytuł zawodowy: licencjat, inżynier, magister</i>
Dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się	– ekonomia i finanse (61%) – nauki o zarządzaniu i jakości (39%)
Dyscyplina wiodąca	– ekonomia i finanse

Objaśnienie oznaczeń w symbolach efektów uczenia się:

- K1 (K2) (przed podkreślnikiem) – kierunkowe efekty uczenia się dla studiów pierwszego (drugiego) stopnia  
W – kategoria wiedzy  
U – kategoria umiejętności  
K (po podkreślniku) – kategoria kompetencji społecznych

Wyjaśnienie odniesień do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 (7) Polskiej Ramy Kwalifikacji przed ukośnikiem: kategoria opisowa / po ukośniku: aspekty o podstawowym znaczeniu

- P6S (P7S) – poziom 6 (7) Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK), charakterystyki pierwszego stopnia  
 WG – zakres i głębia / kompletność perspektywy poznawczej i zależności  
 WK – kontekst/ uwarunkowania, skutki  
 UW – wykorzystanie wiedzy / rozwiązywane problemy i wykonywane zadania  
 UK – komunikowanie się / odbieranie i tworzenie wypowiedzi, upowszechnianie wiedzy w środowisku naukowym i posługiwanie się językiem obcym  
 UO – organizacja pracy / planowanie i praca zespołowa  
 UU – uczenie się / planowanie własnego rozwoju i rozwoju innych osób  
 KK – oceny / krytyczne podejście  
 KO – odpowiedzialność / wypełnianie zobowiązań społecznych i działanie na rzecz interesu publicznego  
 KR – rola zawodowa/ niezależność i rozwój etosu.

Symbol kierunkowego efektu uczenia się	KIERUNKOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia uczenia się PRK <sup>1</sup>
<b>Wiedza: absolwent zna i rozumie</b>		
K1_W01	podstawy nauk ekonomicznych, w szczególności ekonomii i zarządzania, identyfikuje ich miejsce w systemie nauk, w tym w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych	P6S_WG
K1_W02	kluczową terminologię i posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu gospodarki turystycznej oraz podstawową wiedzę w zakresie komplementarnych obszarów wiedzy, jak gospodarka regionalna, zarządzanie, marketing, finanse, przedsiębiorczość	P6S_WG
K1_W03	różne rodzaje i istotne elementy struktur i instytucji ekonomicznych krajowych i międzynarodowych, w tym charakterystyki podmiotów gospodarczych i relacji między nimi, w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej	P6S_WG
K1_W04	ekonomiczne podstawy funkcjonowania poszczególnych segmentów gospodarki turystycznej oraz poziomy ich analizy	P6S_WG
K1_W05	zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, jak i międzynarodowym, w szczególności w zakresie procesów związanych z przedsiębiorczością w turystyce	P6S_WG
K1_W06	główne obszary funkcjonalne i sfery zarządzania współczesnymi podmiotami gospodarki turystycznej na rynku krajowym i międzynarodowym	P6S_WG
K1_W07	znaczenie kadr jako podmiotów podejmujących decyzje ekonomiczne, działających w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w podmiotach gospodarki turystycznej	P6S_WG P6S_WK
K1_W08	metody i narzędzia, w tym narzędzia statystyczne, matematyczne i informatyczne oraz techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać i analizować podmioty	P6S_WG

<sup>1</sup> Charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 PRK - załącznik do rozporządzenia MNiSW z dnia 14 listopada 2018 r. (Dz. U. z 2018 r. poz. 2218).

	gospodarcze funkcjonujące na rynku turystycznym oraz procesy i zjawiska w nich i między nimi zachodzące, a także wspomagające procesy podejmowania decyzji	
K1_W09	reguły i normy (prawne, organizacyjne, etyczne) organizujące struktury i instytucje ekonomiczne (w szczególności te, które funkcjonują na rynku turystycznym) i rządzące nimi prawidłowości, a także ich źródła, naturę i zmiany	P6S_WG
K1_W10	zasady funkcjonowania gospodarki turystycznej w skali światowej i międzynarodowej, proces jej ewolucji, jego przyczyny i konsekwencje	P6S_WG P6S_WK
K1_W11	poglądy na temat struktur i procesów zmian struktur i instytucji ekonomicznych (w szczególności tych, które funkcjonują na rynku turystycznym) oraz przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian	P6S_WG P6S_WK
K1_W12	pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego	P6S_WK
K1_W13	ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w turystyce, w tym nowoczesnych form występujących w gospodarce elektronicznej, współdzielenia oraz na rynkach start-up, wykorzystując wiedzę z dyscyplin ekonomia i finanse oraz nauki o zarządzaniu i jakości	P6S_WG P6S_WK
K1_W14	zasady zarządzania podmiotami gospodarczymi na rynku turystycznym, w tym koncepcje i narzędzia marketingowe wykorzystywane w tym zarządzaniu	P6S_WG
K1_W15	zasady tworzenia i rozwoju nowych przedsięwzięć turystycznych oraz funkcjonowania podmiotów turystycznych we współczesnych ekosystemach przedsiębiorczości	P6S_WG P6S_WK
K1_W16	procesy i zjawiska prowadzące do nawiązywania relacji międzyorganizacyjnych oraz transsektorowych zachowań kooperacyjnych w gospodarce turystycznej	P6S_WG P6S_WK
K1_W17	uwarunkowania finansowe związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w turystyce, w tym zasady rachunkowości i finansów	P6S_WK
<b>Umiejętności: absolwent potrafi</b>		
K1_U01	prawidłowo interpretować zjawiska ekonomiczne, właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów gospodarczych, z zastosowaniem standardowych narzędzi w naukach ekonomicznych	P6S_UW
K1_U02	wykorzystać wiedzę teoretyczną w praktyce w odniesieniu do uwarunkowań i zasad funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku turystycznym	P6S_UW
K1_U03	interpretować kluczowe problemy i procesy współczesnej gospodarki turystycznej, ich przyczyny i przebieg oraz dokonywać oceny ich wpływu na tworzenie i rozwój nowych przedsięwzięć turystycznych	P6S_UW
K1_U04	dokonywać obserwacji i analiz podstawowych procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce turystycznej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować procesy	P6S_UW

	i zjawiska gospodarcze z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi w naukach ekonomicznych	
K1_U05	prawidłowo posługiwać się podstawowymi przepisami i standardami warunkującymi działalność gospodarczą, w tym zasadami rachunkowości i finansów w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu działalności przedsiębiorstw turystycznych	P6S_UW
K1_U06	wykorzystywać wiedzę do podejmowania nowych wyzwań, rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej oraz sprawnie rozwiązywać problemy zawodowe	P6S_UW
K1_U07	identyfikować i analizować relacje występujące między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami, wchodzącymi w skład otoczenia krajowego i międzynarodowego	P6S_UW
K1_U08	wykorzystywać podstawowe metody i narzędzia, w tym narzędzia statystyczne, matematyczne, informatyczne i techniki pozyskiwania danych, w celu diagnozowania procesów zachodzących na rynku turystycznym i na tej podstawie podejmować właściwe decyzje ekonomiczne	P6S_UW
K1_U09	dokonać oceny, krytycznej analizy i syntezy informacji o zjawiskach i procesach zachodzących w gospodarce turystycznej, pochodzących z właściwie dobranych źródeł	P6S_UW
K1_U10	rozpoznawać i reagować przedsiębiorczo na zmieniającą się strukturę potrzeb, wymagań i zachowań konsumenckich w odniesieniu do sfery czasu wolnego oraz podróży służbowych	P6S_UW
K1_U11	działać w sposób przedsiębiorczy, wyznaczając ścieżki swojego rozwoju zawodowego oraz rozwoju organizacji funkcjonujących w tradycyjnych branżach turystycznych, gospodarce współdzielenia i elektronicznej oraz ekosystemach start-upowych	P6S_UU
K1_U12	rozpoznawać i reagować na lokalne, krajowe i globalne uwarunkowania przedsiębiorczości turystycznej, w tym w odniesieniu do form rozwijanych w ramach gospodarki współdzielenia i elektronicznej oraz w ekosystemach start-upowych	P6S_UW
K1_U13	prezentować własne stanowisko, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	P6S_UK
K1_U14	przygotowywać prace pisemne w języku polskim i angielskim dotyczące wybranych zagadnień z zakresu gospodarki turystycznej, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł	P6S_UK
K1_U15	przygotowywać wystąpienia i prezentacje ustne w języku polskim i angielskim dotyczące wybranych zagadnień z zakresu gospodarki turystycznej, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł	P6S_UK
K1_U16	wykorzystywać umiejętności językowe (zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego) w zakresie nauk	P6S_UK

	ekonomicznych, właściwych dla kierunku gospodarka turystyczna	
K1_U17	współpracować w zespole, przyjmować różne role zespołowe, a także posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na osiągnięcie celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań zawodowych	P6S_UO
K1_U18	komunikować się z otoczeniem we właściwy sposób, przy tym odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz ponosić odpowiedzialność za podejmowane działania	P6S_UO
<b>Kompetencje społeczne: absolwent jest gotów do</b>		
K1_K01	stałego diagnozowania stanu własnej wiedzy oraz umiejętności; rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie oraz pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności; wyznacza kierunki własnego rozwoju i uczenia się	P6S_KK P6S_UU
K1_K02	identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu	P6S_KR
K1_K03	efektywnego uczestnictwa w podejmowaniu i realizacji grupowych zadań projektowych dotyczących funkcjonowania współczesnych podmiotów gospodarczych w warunkach postępującego umiędzynarodawiania działalności gospodarczej i rozwoju procesów integracyjnych	P6S_KO P6S_UO
K1_K04	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P6S_KO
K1_K05	zachowania się w życiu zawodowym w sposób profesjonalny, etyczny, z poszanowaniem różnorodności poglądów i kultur oraz kierowania się społeczną odpowiedzialnością biznesu	P6S_KO P6S_KR

#### 10. Wskazanie związku z misją Uczelni i jej strategią rozwoju.

Związek oferty kształcenia na kierunku *gospodarka turystyczna* z misją określoną w obowiązującej obecnie Strategii UEP na lata 2017-2020 nie ulega zmianie. Związek ten występuje w następujących kontekstach: (1) „rozwijanie badań i kształcenia w zakresie nauk ekonomicznych” – postulowane zmiany są konsekwencją nowych zjawisk i procesów pojawiających się w gospodarce turystycznej, na których skupiły się badania kadry naukowej UEP prowadzącej kształcenie na kierunku, czego bezpośrednią konsekwencją są postulowane zmiany w odniesieniu do kształcenia; oraz (2) odbiorców działań wskazanych w misji, tj. „dla gospodarki służącej obecnym i przyszłym pokoleniom” – postulowane zmiany odpowiadają potrzebom lokalnej branży turystycznej oraz sektora spotkań i wydarzeń, rozpoznanym w ramach konsultacji z członkami Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej oraz Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej. W szczególności, proponowane zmiany stanowią element optymalizacji oferty dydaktycznej z uwzględnieniem potrzeb społeczno-gospodarczych oraz najnowszych osiągnięć nauki, a więc realizują bezpośrednio

cel szczegółowy K1.2 w ramach celu „Zapewnienie wysokiej jakości kształcenia” oraz mają na celu rozwój atrakcyjnej oferty kierunków i specjalności Uczelni, realizując cel szczegółowy K2.2.

Proponowane zmiany wpisują się także w misję nowej Strategii UEP na lata 2021-2024. Aktualizacja efektów uczenia się w kierunku wzmacniania umiejętności i kompetencji społecznych studentów, a także treści kształcenia z podkreśleniem wpływu nowych modeli biznesowych, technologii informatycznych oraz koncepcji zarządczych w duchu zrównoważonego rozwoju, który jest odczuwany przez podmioty turystyczne działające w regionie, jest bezpośrednim wyrazem realizacji misji w odniesieniu do „kształcenia z poszanowaniem tradycji uczelni utworzonej przez przedsiębiorców, zasad etyki, społecznej odpowiedzialności i wolności akademickiej, dla gospodarki służącej obecnym i przyszłym pokoleniom”. Aktualizacja wskazuje też na otwarcie na zmieniający się świat oraz kompetencje i wiarygodność pracowników UEP jako partnerów biznesu, administracji publicznej i organizacji pozarządowych w sferze turystyki oraz sektora spotkań i wydarzeń. W szczególności, zmiany wpisują się w realizację pierwszego celu strategicznego „Podniesienie jakości badań naukowych oraz jakości kształcenia” w odniesieniu do wzmocnienia uniwersyteckiego charakteru kształcenia poprzez podniesienie jego jakości oraz wdrożenia kluczowych celów kształcenia, kształtowania umiejętności przywódczych, kreatywnego i krytycznego myślenia oraz postaw odpowiedzialnych społecznie (cel 1.4), a także wdrożenia rozwiązań wspierających indywidualny potencjał nauczycielek i nauczycieli akademickich, studentek i studentów oraz doktorantek i doktorantów (cel 1.3).

11. Opis kierunku, w szczególności cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia (typowe miejsca pracy) i kontynuacji kształcenia przez absolwentów studiów.

Kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy i umiejętności odwołują się przede wszystkim do specjalizacji w ramach ekonomiki turystyki. Ponadto dobór treści i metod kształcenia pozwala na nabycie przez studentów odpowiednich kompetencji społecznych. Formy i metody kształcenia, oprócz wykładów i ćwiczeń audytoryjnych, obejmują seminaria, laboratoria językowe i informatyczne z dedykowanym oprogramowaniem. Wprowadzając zmiany, podkreślono zmiany zachodzące w sektorach turystyki oraz spotkań i wydarzeń pod wpływem digitalizacji procesów gospodarczych, rozwoju gospodarki współdzielenia i ekosystemów start-upowych. Nacisk położono na rozwój umiejętności składających się na orientację przedsiębiorczą, zwracając uwagę na zróżnicowanie podmiotowe gospodarki turystycznej, na którą składają się zarówno mikroprzedsiębiorstwa reprezentujące sektor MŚP (ok. 85% całego sektora), jak i globalne korporacje (sektor hotelarstwa, pośrednictwa turystycznego, wirtualni dostawcy usług). Możliwości zatrudnienia absolwentów kierunku są szerokie ze względu na interdyscyplinarność

turystyki. W zamierzeniach, po ukończeniu studiów absolwenci są przygotowani do założenia własnej firmy (start-upu lub klasycznego mikroprzedsiębiorstwa turystycznego), a także pracy na stanowiskach operacyjnych, analitycznych i menedżerskich średniego szczebla w przedsiębiorstwach świadczących usługi turystyczne. W szczególności są to studia dla przyszłych pracowników i menedżerów niezależnych i sieciowych hoteli i innych obiektów noclegowych, pracowników międzynarodowych i krajowych firm touroperatorskich, agencji turystycznych i internetowych biur podróży, profesjonalnych organizatorów spotkań i wydarzeń biznesowych, zarządzających obiektami do obsługi spotkań i wydarzeń, obiektami rekreacyjnymi i sportowymi, usługodawców na rynku gastronomicznym. Ponadto wiedza, umiejętności i kompetencje zdobyte w trakcie studiów na kierunku umożliwiają zatrudnienie w charakterze pracowników lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych, specjalistów z zakresu turystyki w organach administracji rządowej i samorządowej, analityków rynku turystycznego oraz osób kierujących stowarzyszeniami i instytucjami upowszechniania turystyki (krajowymi i międzynarodowymi).

12. Wykazanie, że określone w programie studiów efekty uczenia się uwzględniają efekty w zakresie znajomości języka obcego.

Kierunkowe efekty uczenia się obejmują m. in. umiejętność przygotowania prac pisemnych oraz wystąpień i prezentacji ustnych w języku obcym dotyczących wybranych zagadnień z zakresu gospodarki turystycznej, a także wykorzystania umiejętności językowych w zakresie nauk ekonomicznych właściwych dla kierunku *gospodarka turystyczna*. Umiejętności te studenci nabywają podczas 270 godzin lektoratu i wykładu do wyboru w języku obcym.

13. Opis poszczególnych zajęć lub grupy zajęć wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów, a także opis sposobów weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta zawierają sylabusy, stanowiące załącznik do dokumentacji.

14. Plan studiów na kierunku *gospodarka turystyczna*.

Przedmiot	semestr	blok zajęć	ECTS	wymiar	W	C	forma zaliczenia
Mikroekonomia	1	A	6	60	30	30	E
Podstawy zarządzania	1	A	5	45	30	15	E
Technologie informacyjne	1	A	4	45	15	30	Z

<b>Przedmiot</b>	<b>semestr</b>	<b>blok zajęć</b>	<b>ECTS</b>	<b>wymiar</b>	<b>W</b>	<b>C</b>	<b>forma zaliczenia</b>
Zastosowanie matematyki w ekonomii i zarządzaniu	1	A	6	60	30	30	E
Podstawy prawa	1	B	3	30	30		Z
Socjologia	1	B	3	30	30		Z
Podstawy turystyki	1	B	3	30	30		Z
Wychowanie fizyczne	1	B	0	30		30	Z
Makroekonomia	2	A	6	60	30	30	E
Statystyka opisowa	2	A	6	45	15	30	E
Podstawy marketingu	2	B	4	30	15	15	E
Ekonomika turystyki	2	B	5	45	15	30	E
Zarządzanie turystyką w regionie	2	B	5	45	30	15	E
Wychowanie fizyczne	2	B	0	30		30	Z
Język obcy I	2	D(B)	2	30		30	Z
Język obcy II	2	D(B)	2	30		30	Z
Międzynarodowe stosunki gospodarcze	3	A	6	60	30	30	E
Rachunkowość finansowa	3	A	6	60	30	30	E
Ekonomika przedsiębiorstwa turystycznego	3	B	6	60	30	30	E
Zachowania konsumentów na rynku turystycznym	3	B	3	30	30		Z
Marketing przedsiębiorstwa turystycznego	3	C	5	45	15	30	E
Język obcy I	3	D(B)	2	30		30	Z
Język obcy II	3	D(B)	2	30		30	Z
Finanse przedsiębiorstw	4	A	6	60	30	30	E
Finanse publiczne	4	B	3	30	30		Z
Badania międzynarodowego rynku turystycznego	4	B	5	45	15	30	E
Ekonomika sektora czasu wolnego	4	C	3	30	15	15	E
Marketing destynacji	4	C	3	30	15	15	E
Zarządzanie doświadczeniami w turystyce	4	C	4	45	30	15	E
Seminarium dyplomowe	4	C	2	15		15	Z
Język obcy I	4	D(B)	2	30		30	Z
Język obcy II	4	D(B)	2	30		30	Z

Po drugim roku studiów 4 dni zajęć terenowych jako integralna część programu studiów.



Przedmiot	semestr	blok zajęć	ECTS	wymiar	W	C	forma zaliczenia
Zarządzanie zasobami ludzkimi w turystyce	5	B	5	45	30	15	E
Turystyka biznesowa	5	C	5	45	30	15	E
Wykłady specjalnościowe do wyboru	5	C	9	90	90		Z
Wykład w języku obcym do wyboru	5	D(B)	3	30	30		Z
Seminarium dyplomowe	5	C	2	15		15	Z
Język obcy I	5	D(B)	3	30		30	E
Język obcy II	5	D(B)	3	30		30	E
E-biznes w turystyce	6	C	6	60	15	45	E
Logistyka w turystyce	6	C	3	30	30		Z
Wykłady specjalnościowe do wyboru	6	C	9	90	90		Z
Wykład ogólny do wyboru	6	B	3	30	30		Z
Seminarium dyplomowe	6	C	9	30		30	Z
<u>Przedmioty specjalnościowe do wyboru</u>							
Badania jakościowe w turystyce	5	C	3	30	30		Z
Modele biznesowe w turystyce	5	C	3	30	30		Z
Obsługa ruchu turystycznego	5	C	3	30	30		Z
Prawo w turystyce	5	C	3	30	30		Z
Targi i wystawy międzynarodowe	5	C	3	30	30		Z
Turystyka metropolitalna	5	C	3	30	30		Z
Etykieta w biznesie	6	C	3	30	30		Z
Przedsiębiorstwo rodzinne w biznesie turystycznym	6	C	3	30	30		Z
Rynek usług wellness	6	C	3	30	30		Z
Socjologia czasu wolnego	6	C	3	30	30		Z
Ubezpieczenia w turystyce	6	C	3	30	30		Z
Zarządzanie zwinne w turystyce	6	C	3	30	30		Z
<u>Przedmioty w języku obcym do wyboru</u>							
International capital markets with a special focus on Poland	5	D(B)	3	30	30		Z
International trade policy	5	D(B)	3	30	30		Z

<b>Przedmiot</b>	<b>semestr</b>	<b>blok zajęć</b>	<b>ECTS</b>	<b>wymiar</b>	<b>W</b>	<b>C</b>	<b>forma zaliczenia</b>
Project management in logistics	5	D(B)	3	30	30		Z
Strategic technology alliances - technological co-operation in international business	5	D(B)	3	30	30		Z
Business correspondence in international trade I	5	D(B)	3	30	30		Z
Correspondance commercial en français I	5	D(B)	3	30	30		Z
Unternehmensbesteuerung	5	D(B)	3	30	30		Z
Korespondencja handlowa w biznesie międzynarodowym I - wykład w języku rosyjskim	5	D(B)	3	30	30		Z

#### Przedmioty ogólne do wyboru

Controlling w przedsiębiorstwie	6	B	3	30	30		Z
Konsumenci wobec nowych trendów i technologii	6	B	3	30	30		Z
Prawo pracy	6	B	3	30	30		Z
Umowy międzynarodowe	6	B	3	30	30		Z
Zarządzanie międzykulturowe	6	B	3	30	30		Z
Zajęcia otwarte	6	B	3	30	30		Z

15. Sumaryczne wskaźniki charakteryzujące program studiów, to znaczy:

- a) łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia – 92,
- b) łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS – 6,
- c) łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych i projektowych – 29,5,
- d) łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego – 21,
- e) łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych na kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program kształcenia na tych studiach przewiduje praktyki – nie dotyczy.

16. Udokumentowanie, że program studiów umożliwia studentowi wybór zajęć w wymiarze nie mniejszym niż 30% punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów.

Program studiów na kierunku zapewnia możliwość dokonania wyboru zajęć, którym przypisano 55 ECTS (tj. 30,6%). Studenci dokonują wyboru języka obcego I (9 ECTS), języka obcego II (9 ECTS), seminarium dyplomowego (13 ECTS), sześciu wykładów specjalnościowych (18 ECTS), jednego wykładu ogólnego (3 ECTS) oraz jednego wykładu w języku obcym (3 ECTS).

17. Sposób wykorzystania wzorców międzynarodowych.

W pracach nad aktualizacją programu studiów inspirowano się ofertą dydaktyczną wiodących uniwersytetów na świecie prowadzących kształcenie na kierunkach dotyczących gospodarki turystycznej, zarządzania turystyką i hotelarstwem oraz zarządzania spotkaniami i wydarzeniami biznesowymi, tj. School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University (Hong Kong), School of Hospitality and Tourism Management, University of Surrey (Wielka Brytania), Faculty of Business and Management, University of Innsbruck (Austria), Bournemouth University Business School (Wielka Brytania), Oxford School of Hospitality Management, Oxford Brookes University (Wielka Brytania) oraz École hôtelière de Lausanne (Szwajcaria). Na tym etapie dokonano przeglądu programów widniejących na stronach internetowych tych uczelni oraz przeprowadzono bezpośrednie konsultacje z pracownikami wybranych uczelni, wykorzystując indywidualne kontakty pracowników UEP. W efekcie stworzono propozycje zmian w odniesieniu do całej oferty przedmiotowej oraz zidentyfikowano treści kształcenia w ramach poszczególnych przedmiotów, wykazanych w punkcie 14.

18. Sposób uwzględnienia wyników analizy zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy.

Po przeprowadzeniu pierwszego etapu przygotowań opisanych w punkcie 17 przeprowadzono konsultacje z przedstawicielami branży turystycznej oraz sektora rynku spotkań i wydarzeń zrzeszonych w ramach Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej oraz Wielkopolskiej Organizacji Turystycznej, aby dostosować treści do potrzeb lokalnego rynku pracy. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu jest aktywnym członkiem obu tych stowarzyszeń. Przedstawiono koncepcję zmian oraz konkretne zmiany, a następnie wysłuchano opinii przedsiębiorców. W ostatnim kroku wprowadzono zmiany adekwatne do obowiązujących przepisów prawnych oraz możliwości dydaktycznych UEP.

19. Program studiów jest realizowany z wykorzystaniem infrastruktury dydaktyczno-badawczej Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.