

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022						
INFORMACJE OGÓLNE						
1. Nazwa przedmiotu						
Przedsiębiorstwo turystyczne						
2. Nazwa kierunku						
Turystyka i Rekreacja						
3. Poziom studiów						
Studia drugiego stopnia						
4. Liczba punktów ECTS						
4						
5. Liczba godzin w semestrze						
semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
III	15	30				
6. Język wykładowy polski						
7. Wykładowca						
Agnieszka Kozak – dr						
INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE						
8. Wymagania wstępne						
1. Znajomość podstaw ekonomii, zarządzania i marketingu.						
9. Cele przedmiotu						
C1 Zapoznanie studentów z istotą i funkcjonowaniem przedsiębiorstwa turystycznego						
C2 Zapoznanie studentów z zasadami i metodami organizacji i zarządzania przedsiębiorstwa turystycznego						
C3 Rozszerzenie wiedzy teoretycznej oraz przygotowanie do podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie turystycznym.						
10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
WIEDZA						
EU01	Student w pogłębionym stopniu zna i wyjaśnia zjawiska społeczne i ekonomiczne związane z turystyką i przedsiębiorstwem turystycznym				K_W01, K_W02	
EU02	Student zna zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę o funkcjonowaniu przedsiębiorstwa turystycznego.				K_W09, K_W10	
UMIEJĘTNOŚCI						
EU03	Student potrafi wykorzystać uporządkowaną, pogłębioną i rozszerzoną wiedzę specjalistyczną do oceny kierunków rozwoju turystyki na współczesnym rynku turystycznym				K_U02, K_U08	
EU04	Student posiada rozwinięte umiejętności obserwowania, diagnozowania, racjonalnego oceniania złożonych sytuacji społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych,				K_U02, K_U03	

ekonomicznych związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa turystycznego	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
EU05 Student ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego	K_K07
11. Treści programowe	
Forma zajęć – wykłady	
1. Związki turystyki z ekonomią, rynek turystyczny 2. Przedsiębiorstwo turystyczne – cele funkcjonowania i zasoby 3. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstwa turystycznego 4. Organizacja przedsiębiorstwa turystycznego 5. Kryteria specjalizacji przedsiębiorstw turystycznych i ich charakterystyka, produkt przedsiębiorstwa turystycznego 6. Rodzaje firm turystycznych, otoczenie przedsiębiorstwa, ich organizacja i finanse 7. Elementy zarządzania operacyjnego i strategicznego w przedsiębiorstwie turystycznym, marketing w przedsiębiorstwie turystycznym 8. Kształtowanie jakości produktów turystycznych, polityka inwestycyjna przedsiębiorstwa	
Forma zajęć – ćwiczenia	
1. Pojęcie przedsiębiorstwa turystycznego. Analiza rynku w przedsiębiorstwie turystycznym 2. Rodzaje, typy i funkcje przedsiębiorstw turystycznych. Umowy w przedsiębiorstwie turystycznym 3. Formy prawno-organizacyjne przedsiębiorstw. Założenie własnej firmy turystycznej 4. Finansowe zarządzanie przedsiębiorstwem 5. Zarządzanie zasobami ludzkimi 6. Standardy jakości w wybranych sektorach branży turystycznej 7. Likwidacja firmy turystycznej	
12. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. Prezentacje multimedialne 2. Dyskusja, rozwiązywanie problemów 3. Filmy dydaktyczne, konsultacje	
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)	
1. Ocena przygotowania do zajęć – udział w dyskusji 2. Kolokwium międzysemestralne 3. Zaliczenie końcowe z oceną	
14. Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	50liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	55
2. Nakład pracy studenta	45
suma	100
liczba punktów ECTS	4
15. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. Gołembski G., 2009. Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce rynkowej. 2. Jędrzejczyk I., 2000. Nowoczesny biznes turystyczny. 3. Gołembski G., (red.) Praca zbiorowa., 2007. Przedsiębiorstwo turystyczne. 4. Sobko, R., Klonowska-Matynia, M. (2019). Determinanty popytu na produkt turystyczny. Przykład	

lokalnego rynku turystycznego. Zeszyty Naukowe Wydziału Nauk Ekonomicznych, 1(23), 89–108.
5. Panasiuk A.: Przyczynek do badań nad wpływem pandemii na stan gospodarki turystycznej. (2020)(w) Turystyka w naukach społecznych. K. Nessel (red). Ekonomia i finanse, t.3.,Instytut Przedsiębiorczości Uniwersytetu Jagiellońskiego, str. 55-70
Literatura uzupełniająca:
1. Rapacz A., 2001. Przedsiębiorstwo turystyczne w gospodarce wolnorynkowej.
2. Sarnowski J., Kirejczyk E., 2007. Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym.
16. Formy oceny – szczegóły
Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: zajęcia kończą się zaliczeniem z oceną. Procentowy podział ocenianych efektów w kategoriach wiedza, umiejętności, kompetencje. W – 60%, U – 30%, K – 10%. Zaliczenie z treści wykładów: Czas trwania 60 min. - 5 pytań problemowych/opisowych. - warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% maksymalnej liczby punktów. - Punktacja: każde pytanie oceniane jest w skali od 0 do 1pkt. Maksymalnie można uzyskać 5 pkt., minimalnie 3pkt. • 0 – 2,9 pkt. – niedostateczny (2,0) • 3,0 – 3,4 dostateczny (3,0) • 3,4 – 3,9 dostateczny plus (3,5) • 4,0 – 4,4 dobry (4,0) • 4,5 – 4,9 dobry plus (4,5) • 5,0 – bardzo dobry (5,0) Warunkiem zaliczenia zajęć praktycznych jest uzyskanie pozytywnych ocen z dwóch kolokwiiów. Forma pisemna. Czas trwania 30 minut. 5 pytań problemowych. Skala ocen: - 5,0 (bdb) – 95% - 4,4 (db plus) – 90% - 4,0 (db) – 85% - 3,5 (dst plus) – 65% - 3,0 (dst) – 50% - 2,0 (ndst.) – poniżej 50%
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w ABNS w Białej Podlaskiej
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem