



UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU

Wydział Nauk Ekonomicznych
i Zarządzania

Zarządzanie turystyką i sportem

moduł kształcenia



AACSB
ACCREDITED





Umiejętności i kompetencje absolwenta

Turystyka i sport po okresie zastoju (ograniczeń) na początku lat 20. XXI wieku ponownie nabiera na znaczeniu. Co ciekawe, wzrost ten powiązany jest również z wykorzystaniem nowych narzędzi cyfrowych skracających relacje między klientami (turystami, zawodnikami, kibicami, przedsiębiorstwami, federacjami sportowymi) a organizacjami turystycznymi i sportowymi.

Sprostanie powyższym wyzwaniom – czyli tworzenie i świadczenie usług sportowych i turystycznych na poziomie spełniającym oczekiwania klientów, wymaga przygotowania kadr potrafiących dostosować pakiet usług do ich potrzeb, łącząc to także priorytetami programu polityki „Droga ku cyfrowej dekadzie” opracowanej przez Unię Europejską, a wyznaczającą standardy transformacji cyfrowej do 2030 roku.



Umiejętności i kompetencje absolwenta

Kończąc moduł Zarządzanie turystyką i sportem absolwent nabędzie wiedzę i umiejętności będzie łączył zajęcia prowadzone na wydziale realizowane przez wykładowców z wieloletnim doświadczeniem praktycznym w zakresie turystyki i sportu. Nieodzowną częścią programu są też zajęcia praktyczne – w tym organizacja przedsięwzięć turystycznych i sportowych, ale również wizyty studyjne (w roku akademickim 2022/2023 studenci anglojęzycznej specjalności mieli m.in. wizyty w Hotel Marriott Warsaw Centrum, Przedsiębiorstwo Uzdrowisko Ciechocinek, PGE Narodowy, udział w Igrzyskach Europejskich Kraków 2023. Absolwent, realizując ten moduł będzie przygotowany również do pracy w różnych podmiotach gospodarki turystycznej, a także do pracy w jednostkach samorządu terytorialnego, stowarzyszeniach turystycznych i klubach sportowych, firmach doradczych (np. przygotowując wnioski o dofinansowanie ze środków zewnętrznych).



Program modułu





Przedmiot	E/Z	W	Ć	ECTS
Turystyka w gospodarce narodowej	E	30	15	6
Rachunkowość zarządcza w organizacjach turystycznych i sportowych	E	15	15	4
Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym	E	15	15	4
Finanse organizacji turystycznych i sportowych	E	15	15	4
Marketing usług turystycznych i sportowych	E	30	15	6
Psychologia w praktyce biznesu turystycznego i sportowego	Z	15	15	4
E-commerce w turystyce	E	15	15	4
Zarządzanie klubem sportowym	Z	15	15	4
Sportowy rynek pracy	Z	30	15	4
Spółeczna odpowiedzialność w organizacjach turystycznych i sportowych	Z	15	-	3
Zarządzanie produktem lokalnym	E	15	15	4
Prawne i organizacyjne aspekty działalności turystycznej i sportowej w Polsce	E	30	15	4



Wybrani prowadzący

- **dr hab. Krzysztof Celuch, prof. UMK** – dyrektor Centrum Projektowania Doświadczeń w Branży Spotkań i Turystyce UMK, rokrocznie na liście 100 najbardziej wpływowych osób polskiej turystyki 2022 roku, konsultant biznesowy specjalizujący się w przemyśle spotkań
- **dr Patrycja Gulak-Lipka** – koszykarka, reprezentantka Polski, grająca m.in. w francuskiej, włoskiej i hiszpańskiej lidze, obecnie komisarz zawodów na poziomie krajowym i międzynarodowym (FIBA)
- **dr Mateusz Tomanek** – w przeszłości dyrektor departamentu marketingu Twarde Pierniki S.A., dyrektor biura Akademickiego Związku Sportowego OŚ Toruń
- **mgr Szymon Wiśniewski** - w przeszłości związany z Hotelem Mercure "Helios" w Toruniu, następnie pełnił funkcję dyrektora Kujawsko-Pomorskiej Organizacji Turystycznej, a obecnie dyrektor Ośrodka Informacji Turystycznej (visitTorun.com)

Współpraca

Podczas zajęć studenci mają możliwość realizacji zadań na prawdziwych przykładach imprez turystycznych i sportowych, które następnie są wykorzystane. W poprzednich latach zaprojektowaliśmy m.in. badanie satysfakcji uczestników Enea Bydgoszcz Triathlon, kilku drużyn sportowych jak również Arabian Horses Festival Al Khalediah. Zaletą modułu jest również korzystanie z wiedzy ekspertów - organizatorów, którzy prowadzą wykłady gościnne dla naszych studentów.





Konferencja

Jednym z elementów łączenia badań naukowych z biznesem jest organizowana przez Katedrę Doskonałości Biznesowej WNEiZ UMK oraz Zakład Zarządzania i Komunikacji AWF Wrocław Międzynarodowa Konferencja Naukowa "Jakość w Sporcie", w której to pracownicy, ale i studenci będący na niniejszym module mają możliwość prezentacji swoich badań z obszaru zarządzania.

The screenshot shows the official website for the 10th International Scientific Conference "Quality in Sport". The header is dark blue with the conference title and dates (Wrocław (Poland), April 20th-21st, 2023). Below the header are logos for the Wrocław University of Health and Sport Sciences, Nicolaus Copernicus University in Torun, and accreditation logos for AMBA, AACSB, and EAM. A left sidebar contains a menu with links: About us, Committee, Venue, Key dates and fees, Publication, Programme, Patronage and Partners, Register, Download, Quality in Sport journal, Gallery, Contact, Login, and Survey. The main content area is titled "About Conference" and includes a welcome message to "Dear Madam and Sir, Colleagues Scientists, Sports Enthusiasts!". It invites participants to the 10th edition of the conference, held at the Nicolaus Copernicus University in Torun, from April 20th-21st, 2023. A video player is embedded, showing a promotional video for "Quality in Sport 2022" with the university's name and logo. A "Kopij link" button is next to the video player. At the bottom of the video player, it says "Obejrzyj w YouTube".

www.sport.umk.pl



Przykładowe treści przedmiotów





Turystyka w gospodarce narodowej

- Turystyka, istota, rodzaje, funkcje -jako wprowadzenie
- Turystyka w gospodarce światowej, europejskiej - udział w tworzeniu PKB, inwestycjach, zatrudnieniu, w obrocie międzynarodowym
- Ruch turystyczny
- Produkt turystyczny
- Podaż turystyczna i popyt turystyczny
- Turystyka w polskiej gospodarce
- Przedsiębiorstwo turystyczne
- Turystyka a rozwój lokalny i regionalny
- Przemysł i gospodarka turystyczna, efekt mnożnikowy
- Polityka turystyczna



Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym

- Specyfika usług turystycznych
- Globalizacja i zmiany zachodzące w sektorze turystyki
- Budowanie na rynku relacji jako element strategii przedsiębiorstwa turystycznego
- Zarządzanie relacjami przedsiębiorstwa turystycznego na globalnym rynku
- Zasoby ludzkie jako strategiczny zasób przedsiębiorstwa turystycznego
- Formułowanie misji i celów przedsiębiorstwa turystycznego jako podstawa jego rozwoju
- Planowanie a jakość usług turystycznych
- Działania przedsiębiorstwa turystycznego zorientowane na budowanie lojalności klientów
- Metody pomiaru jakości usług turystycznych



Finanse organizacji turystycznych i sportowych

- Podstawowe pojęcia związane z podmiotami działającymi w turystyce i w sporcie.
- Podstawowe źródła informacji wykorzystywane w ocenie sytuacji finansowej
- Przekształcenie bilansu i rachunku zysków i strat w układy analityczne. Wstępna ocena bilansu przedsiębiorstwa w układzie pionowym i poziomym
- Ocena sytuacji finansowej wybranego przedsiębiorstwa w oparciu o sprawozdania finansowe. Analiza wskaźnikowa.





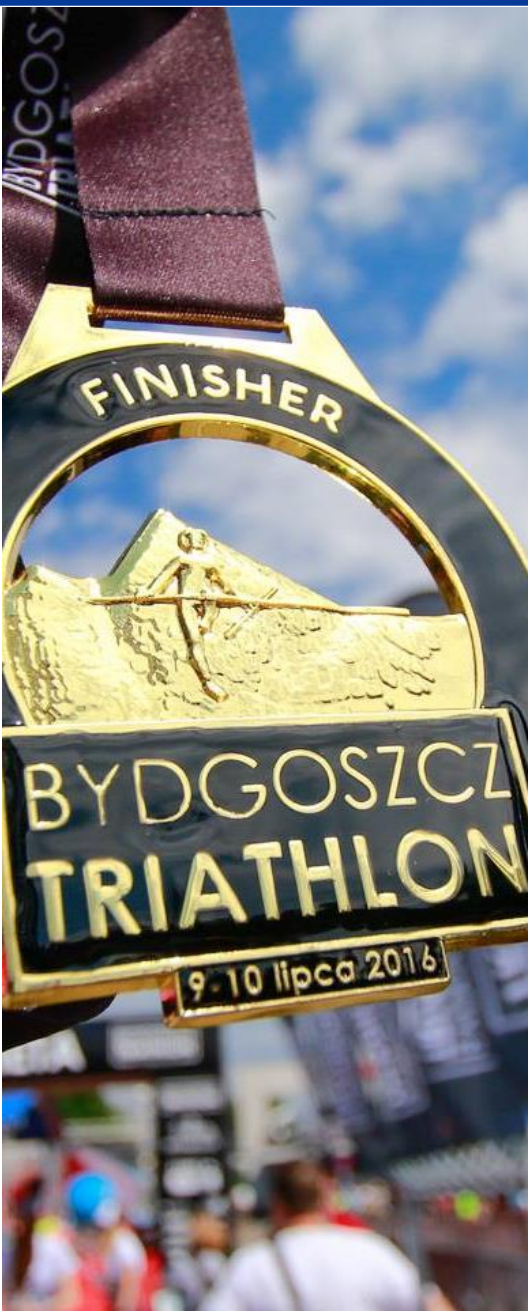
Psychologia w praktyce biznesu turystycznego i sportowego

- Przedmiot i cele psychologii. Miejsce psychologii w turystyce i sporcie.
- Postawy - rozwój aktywności turystycznej i sportowej:
 - komponenty postaw,
 - mechanizm zmiany postaw.
- Motywacja aktywności sportowej i turystycznej:
 - rodzaje motywacji,
 - klasyfikacja motywów.
- Procesy poznawcze i ich wpływ na spostrzeganie zjawisk w biznesie
- Różnice kulturowe i ich wpływ na społeczne zachowania jednostek, w tym w sporcie i turystyce.
- Reguły wywierania wpływu



Sportowy rynek pracy

- Sportowy rynek pracy ze szczególnym uwzględnieniem jego specyfiki:
 - sportowy rynek pracy jako monopson
 - weryfikacja hipotezy Caus'a
 - podmioty na sportowym rynku pracy
 - dyskryminacja na sportowym rynku pracy:
- Badania niemieckiego sportowego rynku pracy.
- Segmentacja sportowego rynku pracy.
- Źródła finansowania sportowego rynku pracy.
- Zasady zawierania kontraktów klub- zawodnik, klub- przedsiębiorstwo, klub- instytucje, zawodnik-firma.
- Zasady organizowania widowiska sportowego od strony finansowania i bezpieczeństwa publicznego.
- Warsztaty, pisanie i realizacja projektów.





Zarządzanie klubem sportowym

- Organizacyjne uwarunkowania funkcjonowania klubu sportowego (sztab szkoleniowy, sztab administracyjny)
- Zarządzanie finansami klubu sportowego (budżetowanie, analiza efektywności, dofinansowanie z źródeł zewnętrznych).
- Zawód – sportowiec
- Zarządzanie jakością w sporcie
- Produkty klubu sportowego
- Marketing klubów sportowych (wraz z marketingiem społecznościowym)
- Formy prawne klubów sportowych (+case study Manchester United)



Prawne i organizacyjne aspekty działalności turystycznej i sportowej w Polsce

- Specyfika prawa turystycznego i sportowego oraz ich interdyscyplinarność
- Zagadnienia dot. prawa pracy w sferze sportu i turystyki.
- Umowy gospodarcze w sferze sportu i turystyki
- Zasady odpowiedzialności w sferze sportu i turystyki, m. in. wymogi bezpieczeństwa imprez masowych, ochrona konsumenta usług turystycznych i rekreacyjnych
- Możliwości i zasady wsparcia projektów z zakresu sportu i turystyki z funduszy unijnych
- Rola i zadania międzynarodowych organizacji sportowych i turystycznych
- Podział dyscyplin na olimpijskie i nieolimpijskie
- Sport i turystyka w Polsce



Zarządzanie produktem lokalnym

- Produkt w marketingu terytorialnym i marketingowa koncepcja produktu jednostki terytorialnej.
- Zakres działalności marketingowej samorządu lokalnego.
- Typologia rynków docelowych w marketingu terytorialnym.
- Kształtowanie wizerunku jednostki terytorialnej.
- Organizacja działalności marketingowej w jednostkach terytorialnych.
- Komunikacja marketingowa.
- Public relations w komunikacji marketingowej.
- Marka miejsca.
- Instrumenty zarządzania produktem lokalnym.
- Kształtowanie atrakcyjności miejsc lokalizacji inwestycji.



Zarezerwuj



E-commerce w turystyce

- Wprowadzenie do problematyki e-biznesu w sektorze turystyki
- Prawne uwarunkowania sprzedaży internetowej usług turystycznych
- Prezentacja zawartości portalu internetowego
- Analiza portali internetowych: hotele, linie lotnicze, wypożyczalnie samochodów, firmy ubezpieczeniowe
- Analiza portali internetowych operatorów turystycznych/agencji turystycznych
- Tworzenie pakietów turystycznych w oparciu o informacje dostępne w sieci



Zapraszamy!

Zarządzanie turystyką i sportem

