



UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU

Wydział Nauk Ekonomicznych
i Zarządzania

Zarządzanie turystyką i sportem moduł kształcenia



AACSB
ACCREDITED





Umiejętności i kompetencje absolwenta

Realizacja rozwoju regionu poprzez turystykę, tworzenie odpowiedniej oferty dla zróżnicowanych klientów branży turystycznej wymaga coraz lepiej przygotowanych kadr. Nasza specjalność spełnia z pewnością te warunki. Oprócz bardzo solidnej wiedzy z ogólnych podstaw zarządzania studenci zapoznają się z wykorzystaniem tego w sferze turystyki i sportu.

Polityka regionalna i strategie rozwoju turystyki i sportu, turystyka w gospodarce narodowej, marketing usług turystycznych i sportowych, rachunkowość zarządcza w organizacjach turystycznych i sportowych, zarządzanie klubem sportowym, sportowy rynek pracy, społeczna odpowiedzialność w organizacjach turystycznych i sportowych – to tylko niektóre przedmioty wykładane na tej specjalności.



Umiejętności i kompetencje absolwenta

Absolwent nabeździe wiedzę i umiejętności zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym, zarządzania turystyką na poziomie miasta, gminy i regionu. Będzie przygotowany do pracy w różnych podmiotach gospodarki turystycznej – baza noclegowa, gastronomiczna, atrakcje turystyczne i inne, a także do pracy w jednostkach samorządu terytorialnego, stowarzyszeniach turystycznych, firmach doradczych. Wszędzie tam gdzie występuje problem rozwoju turystyki i lub rozwoju poprzez turystykę. Ponadto absolwent będzie mógł podjąć pracę na sportowym rynku pracy, czyli w profesjonalnych klubach sportowych oraz w instytucjach i organizacjach otoczenia tego rynku. Może znaleźć zatrudnienie w strukturach ogólnopolskich, wojewódzkich i gminnych Wydziałów Turystyki i Sportu.

Jest też przygotowany do prowadzenia własnej firmy w zakresie usług turystycznych i sportowych.



Program specjalności





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



Za merytoryczny program odpowiadają:

- Katedra Doskonałości Biznesowej
- Katedra Ekonomii
- Katedra Integracji Europejskiej i Studiów Regionalnych
- Katedra Rachunkowości Zarządczej
- Katedra Zachowań Organizacyjnych i Marketingu
- Katedra Zarządzania Finansami
- Katedra Zarządzania Przedsiębiorstwem



Współpraca





Współpraca





Konferencja

V Międzynarodowa Konferencja Naukowa JAKOŚĆ W SPORTCIE

Toruń, 19-20 IV 2018



UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU
Wydział Nauk Ekonomicznych
i Zarządzania



www.sport.umk.pl



Czasopismo naukowe „Quality in Sport”





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.





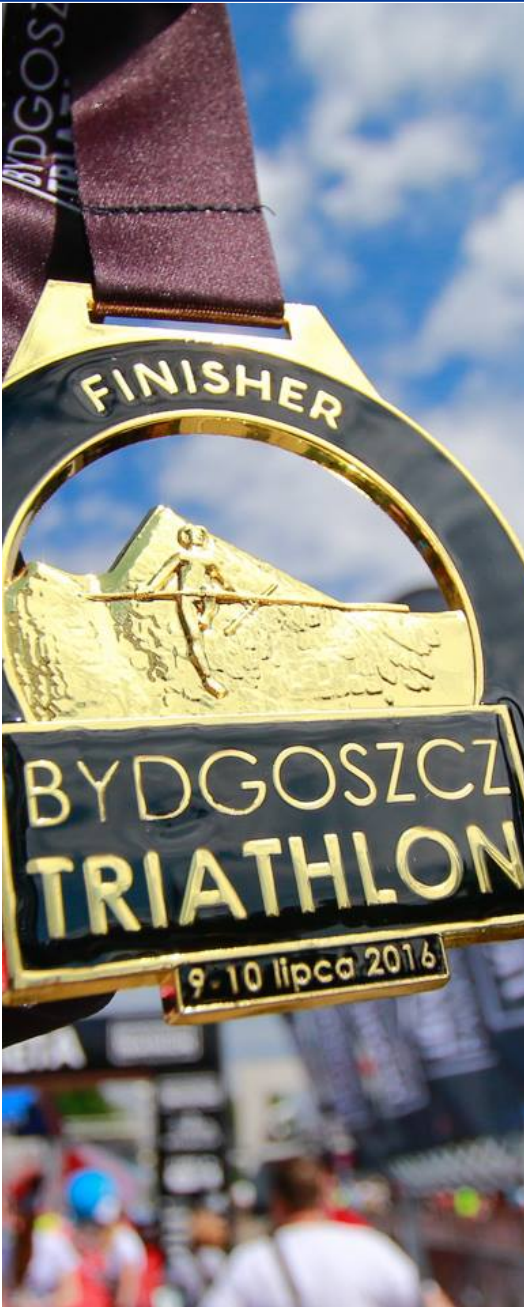
Psychologia w praktyce biznesu turystycznego i sportowego

- 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)



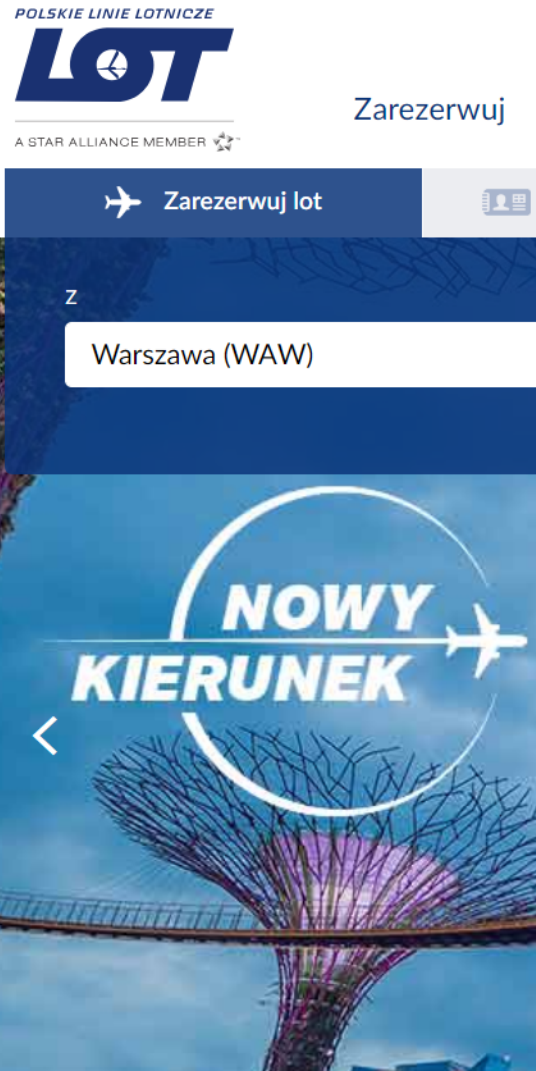
Prawne i organizacyjne aspekty działalności turystycznej i sportowej w Polsce

- 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.



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

