



WSHiG

Karta przedmiotu/sylabus

KIERUNEK	Turystyka i rekreacja
SPECJALNOŚĆ	Hotelarstwo i Gastronomia, Zarządzanie i Marketing w Hotelarstwie, Gastronomii, Turystyce i Rekreacji, Obsługa Ruchu Turystycznego
TRYB STUDIÓW	Stacjonarny / niestacjonarny
SEMESTR	V i VI/ I stopnia

Nazwa przedmiotu	Hotelarstwo	ORT_MKK_S_7 ORT_MKK_NST_7 HG_MKK_S_7 HG_MKK_NST_7 ZM_MKK_S_7 ZM_MKK_NST_7
Wymiar godzinowy poszczególnych form zajęć	• wykłady	Studia stacjonarne – 15 Studia niestacjonarne - 8
	• inne formy/ćwiczenia/	Studia stacjonarne – 15 Studia niestacjonarne - 15

Cele kształcenia:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przekazanie podstawowej wiedzy dotyczącej funkcjonowania usług hotelarskich 2. Zapoznanie z podziałem bazy noclegowej i historią polskiego i światowego hotelarstwa. 3. Stworzenie podstaw do umiejętności posługiwania się wiedzą w zakresie marketingu usług noclegowych. 4. Zapoznanie się z modułami programu recepcyjnego i funkcjonowaniem recepcji hotelowej.
--------------------------	--

Efekty kształcenia dla przedmiotu	
--	--

Numer	Efekty kształcenia, student/ka, który/a zaliczył/a przedmiot, potrafi:	Odniesienie efektów kształcenia dla programu	Odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru
	W zakresie wiedzy		
W01	Ma ogólną wiedzę na temat hotelarstwa	K_W01	P6S_WG
W02	Zna i rozumie podstawową terminologię związaną z hotelarstwem	K_W02	P6S_WG
W03	Zna prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalności zawodowej w obiektach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych	K_W06	P6S_WG/K
	W zakresie umiejętności		

U01	Potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną w zakresie istotnych problemów w hotelarstwie	K_U03	P6S_UK
U02	Potrafi identyfikować problemy klienta, konsumenta oraz grupy społecznej pod kątem potrzeb w zakresie hotelarstwa	K_U04	P6S_UO
U03	Potrafi prowadzić dokumentację dotyczącą jednostek i obiektów funkcjonujących w obszarze turystyki i rekreacji	K_U08	P6S_UW
W zakresie kompetencji			
K01	Potrafi rozwiązywać podstawowe problemy związane z wykonywaniem zawodu hotelarza	K_K06	P6S_KK
K02	Okazuje szacunek wobec konsumenta, klienta i gościa oraz wykorzystuje umiejętność sprostania ich oczekiwaniom	K_K03	P6S_KR
K03	Ma świadomość etycznego wywierania odpowiedzialności za przeprowadzone działania i przestrzeganie etyki zawodowej	K_K11	P6S_KR

Sposoby weryfikacji i oceny uzyskanych efektów kształcenia		Forma oceny		
Efekt kształcenia	Wykład z dyskusją	Wykład	Praca pisemna	Zaliczenie przedmiotu / Egzamin
W02	x			x
W03	x			
U01	x		x	x
U02	x			
U03	x			x
K01	x		x	x
K02	x			
K03	x			

Numer treści	Treści kształcenia / programowe	Odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
Wykłady		
1.	Zarys dziejów hotelarstwa,	K_W01;K_W02
2.	Warunki i kierunki rozwoju hotelarstwa,	K_U03;K_U04
3.	Rozwój hotelarstwa w Polsce – stan hotelarstwa na tle innych krajów europejskich	K_W01:
4.	Klasyfikacja i kategoryzacja obiektów hotelowych w Polsce i za granicą,	K_W06

5.	Globalizacja w hotelarstwie	K_W01;K_W02
6.	Sławni hotelarze i sławne hotele świata,	K_W06
7.	Międzynarodowe systemy hotelarskie - typy, rodzaje specyfika usług,	K_U03:
8.	Funkcjonowanie recepcji hotelowej w oparciu o komputerowy program recepcyjny	K_U08;K_U08;K_K11
9.	Marketing w obiektach noclegowych,	K_W01;K_W06
10.	Mierniki i wskaźniki oceniające wykorzystanie oraz płynność obiektów ,	K_U08; K_K11
11.	Struktury organizacyjno – prawne w hotelarstwie,	K_U08
12.	Organizacja pracy w hotelu,	K_W01;K_K03
13.	Poziom jakości usług, standardy jakości w hotelarstwie,	K_U06
14.	Bezpieczeństwo gościa i jego mienia,	K_K11
15.	Odpowiedzialność hotelu wobec gościa,	K_K11

Formy prowadzenia zajęć				
Efekt kształcenia	Formy zajęć			
	Wykład	Wykład z dyskusją	Praca pisemna	Ćwiczenia
W01	x			
W02	x			
W03	x			
U01	x			X
U02	x			X
U03	x			
K01		x	x	

K02		x	x	
K03		x	x	

Kryteria oceny w odniesieniu do poszczególnych efektów kształcenia				
Efekt kształcenia	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
W01÷W03	Student nie ma ogólnej wiedzy z zakresu hotelarstwa. Nie zna i nie rozumie potrzeby uczenia się przedmiotu hotelarstwo. Nie posiada podstawowej wiedzy na temat hoteli, nie zna podstawowych warunków wykonywania zawodu hotelarza	Student ma ogólną wiedzę z zakresu hotelarstwa. Zna i rozumie potrzeby uczenia się przedmiotu hotelarstwo. Posiada podstawową wiedzę na temat hoteli, zna podstawowe warunki wykonywania zawodu hotelarza	Student ma ogólną wiedzę związaną z zakresem turystyki i hotelarstwa oraz dziedzin komplementarnych związanych z obszarem przedmiotu. Umie podać przykłady zastosowania definicji z obszaru przedmiotu. Posiada aktualną wiedzę z hotelarstwa oraz dziedzin komplementarnych. Zna definicje i rozumienie podstawowe pojęcia z zakresu hotelarstwa oraz dziedzin komplementarnych związanych z obszarem przedmiotu. Umie zastosować je w życiu i praktyce.	Student ma ogólną wiedzę związaną z zakresem turystyki i hotelarstwa oraz dziedzin komplementarnych związanych z obszarem przedmiotu. Umie podać przykłady zastosowania definicji z obszaru przedmiotu. Posiada aktualną wiedzę z hotelarstwa oraz dziedzin komplementarnych. Zna definicje i rozumienie podstawowe pojęcia z zakresu hotelarstwa oraz dziedzin komplementarnych związanych z obszarem przedmiotu. Umie zastosować je w życiu i praktyce. Samodzielnie potrafi określić warunki, które powinien spełnić obiekt, o określonym standardzie usług
U01÷U03	Student nie potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną w zakresie istotnych problemów związanych ze zmiennością otaczającego świata, zmian jakie są wymagane na różnych płaszczyznach życia. Nie posiada umiejętności wykorzystania zdobytej w trakcie	Student potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną w zakresie istotnych problemów związanych ze zmiennością otaczającego świata. Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę dotyczącą hotelarstwa i dziedzin komplementarnych związanych z obszarem przedmiotu	Student potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną w zakresie istotnych problemów związanych ze zmiennością otaczającego świata. Posiada umiejętności wykorzystania zdobytej w trakcie studiów wiedzy z zakresu problematyki hotelarstwa dla potrzeb turystów.	Student potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną w zakresie istotnych problemów związanych ze zmiennością otaczającego świata. Posiada umiejętności wykorzystania zdobytej w trakcie studiów wiedzy z zakresu problematyki hotelarstwa i turystyki. Ma umiejętność wyrażania opinii w

	studiów wiedzy z zakresu problematyki związanej hotelarstwem. Nie posiada umiejętności wyrażania aktualnej wiedzy na temat hotelarstwa		Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę do poprawy jakości życia.	zakresie ochrony środowiska, wpływu działalności człowieka na środowisko naturalne oraz dziedzin komplementarnych związanych z obszarem przedmiotu. Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z hotelarstwa w życiu i praktyce.
K01÷K03	Student nie rozumie potrzeby uczenia się przez całe życie i podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych w stosunku do siebie i innych. Nie okazuje szacunku wobec konsumenta, klienta i gościa oraz nie wykorzystuje umiejętności sprostania ich oczekiwaniom w zakresie obsługi gościa hotelowego Nie potrafi myśleć i działać w sposób efektywny i przedsiębiorczy w zakresie hotelarstwa nie wykazuje dbałości o przestrzeganie etyki zawodu hotelarza	Student w stopniu podstawowym rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych w stosunku do siebie i innych. Okazuje szacunek wobec konsumenta, klienta i gościa oraz wykorzystuje w stopniu podstawowym umiejętności sprostania ich oczekiwaniom w zakresie obsługi gościa hotelowego Potrafi myśleć i działać w sposób efektywny i przedsiębiorczy w zakresie hotelarstwa nie wykazuje dbałości o przestrzeganie etyki zawodu hotelarza	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych w stosunku do siebie i innych. Ma świadomość poziomu swojej wiedzy, umiejętności i ograniczeń, potrafi obserwować rzeczywistość hotelarską. Okazuje szacunek wobec konsumenta, klienta i gościa oraz wykorzystuje umiejętność sprostania ich oczekiwaniom w zakresie obsługi	Student doskonale rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych w stosunku do siebie i innych. Ma świadomość poziomu swojej wiedzy, umiejętności i ograniczeń, potrafi obserwować rzeczywistość hotelarską. Okazuje zrozumienie i szacunek wobec konsumenta, klienta i gościa oraz wykorzystuje umiejętność sprostania ich oczekiwaniom w zakresie obsługi. Ma pełną świadomość etycznego wywierania odpowiedzialności za podjęte swoje działania

Liczba punktów ECTS wraz z ich wyliczeniem dla studiów stacjonarnych	4 punkty ECTS /stacjonarni/
	Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta: - udział w wykładach:15 x 2 godz. = 30 godz., - udział w ćwiczeniach:15 x 2 godz. = 30 godz., - udział w konsultacjach.....2 x 1 godz. = 2 godz., - przygotowanie do zaliczenia przedmiotu i obecność na zaliczeniu: 4 godz. + 1 godz. = 5 godz.
Łączny nakład pracy studenta 69 godz.	
Liczba punktów ECTS wraz z ich wyliczeniem dla studiów niestacjonarnych	4 punkty ECTS /niestacjonarni/
	Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta: - udział w wykładach:*8 x 1 godz. = 8 godz., - udział w ćwiczeniach1.5 x 1 godz. = 15 godz., - udział w konsultacjach.....12 x 1 godz. =12 godz., - przygotowanie do zaliczenia przedmiotu i obecność na zaliczeniu: 32 godz. + 2 godz. =34 godz.
Łączny nakład pracy studenta 69 godz.	

Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Greworecki W. W. Turystyka, PWE, W-wa 200 2. Harris P., Planowanie zysku w hotelarstwie, Wydawnictwo Naukowe PWN, W-wa 1995 3. Holloway J.Ch., Robinson Ch., Marketing w turystyce, PWE, W-wa 1997 4. Karasiewicz G., Marketingowe strategie cenowe, PWE, W-wa 1997 5. Konwles T., Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią, PWE, W-wa 1997 6. Koman S., Kubicki M., Poradnik ekonomiczny dla hotelarzy, Polskie Hotele, W-wa 1996 7. Leland K., Bailey K., Obsługa klienta, Wydawnictwo RM, W-wa 1999 8. Martin W. B., Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach, Wolters KluWer Polska, Kraków 2006 9. Medlik S., Leksykon podróży, turystyki i hotelarstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, W-wa 1995 10. Mruk H., Turkowski M., Budowanie strategii marketingowej na szczeblu regionu i przedsiębiorstw W: Uwarunkowania rozwoju zagranicznej turystyki przyjazdowej do Polski, Toursalon'2000, Poznań 2000 11. Piasta J., Czech J., Marketing w hotelarstwie, AJJ Marketing Concept, W-wa 1996 12. Russel J.Th., Lane W.R., Reklama, Felberg SJA, W-wa 2000 13. Tulibacki T., Międzynarodowe systemy hotelowe, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii i Turystyki, W-wa 2000 14. Tukowski M., Jakość usługi hotelarskiej-pojęcie subiektywne czy obiektywne? W: Aktualne problemy ekonomiczne i prawno-organizacyjne gospodarki turystycznej w Europie, AE, Wrocław 1996 15. Tukowski M., Strategia i taktyka przedsiębiorstw hotelarskich (ze szczególnym uwzględnieniem cen), Uniwersytet Łódzki, Łódź 1988 (maszynopis) 16. Witkowski Cz., Hotelarstwo I cz. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002 17. Witkowski Cz., Hotelarstwo II cz. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2003 18. Witkowski Cz., Hotelarstwo III cz. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2005 19. Witulska J., Zarys ekonomiki i organizacji hotelarstwa, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 1992 20. Wołowik A.M., Jakościowe badania marketingowe, PWE, W-wa 1999
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Geffroy G. K. Clenting-jedyne co przeszkadza to klient, Agencja Wydawnicza Placet, W-wa 1996 2. 2. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe, PWE, W-wa 2002 3. Kornak A.S., Uzdrawiska polskie w systemie rynku i zarządzania marketingowego, Kujawsko-Pomorskie Studium Edukacyjne, Bydgoszcz 1999 4. Kotler Ph., Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Gebethner i Ska, W-wa 1994 5. Kotler Ph., Dubois B., Marketing Management, Publi-Union Editions, Paris 1989 6. Kramer T., Podstawy marketingu, PWE, W-wa 1994 7. Mazurkiewicz L., Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym, PWE, W-wa 2002 8. Middleton V.T.C., Marketing w turystyce, Polska Agencja Promocji Turystyki, W-wa 1996 9. Tukowski M., Hotelarstwo-elementy marketingu, PWE, W-wa 1993 10. Tukowski M., Plan marketingowy- jak go nie sporządzać, „Hotelarz”2000, nr 12 11. Wiśniewski A., Marketing, WsiP, W-wa 1995 12. Withers J., Vipperman C., Na czym polega i jak robić marketing usług, M&A Communications, Lublin 1994
