

# Menadżer przedsiębiorstwa turystycznego

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

**Forma:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe

**Cechy:** Studia I stopnia licencjackie • Od października • Polski • 6 semestrów

**Miasto:** Szczecin



## Czego się nauczysz?

- **Zdobędziesz praktyczną wiedzę na temat analizy strategicznej**, co pozwoli na lepsze planowanie rozwoju hotelu.
- Opanujesz **techniki sprzedaży usług turystycznych**, dzięki którym będziesz mógł zwiększyć atrakcyjność oferty i pozyskać nowych klientów.
- Nauczysz się **dobierać narzędzia marketingu turystycznego**, które pomogą w skutecznym promowaniu obiektów hotelowych.
- Poznasz **dobre praktyki w zarządzaniu personelem**, co wpłynie na efektywność i atmosferę w miejscu pracy.
- Opanujesz **metody analizy i sterowania jakością usług turystycznych**.
- Poznasz **zasady zarządzania przychodami i kosztami** w przedsiębiorstwie

## Praca dla Ciebie

- Sprawdź się jako **osoba zarządzająca** w hotelu, kierując wybranymi obszarami jego funkcjonowania.
- Rozwiń karierę jako **manager marketingu i sprzedaży**, odpowiedzialny za promocję oraz pozyskiwanie klientów w branży turystycznej.
- Pracuj jako **revenue manager**, optymalizując ceny usług i maksymalizując przychody w przedsiębiorstwie branży turystycznej.
- Zajmij stanowisko **szeфа podmiotu rekreacyjnego**, zarządzając atrakcjami i usługami oferowanymi klientom przez przedsiębiorstwo turystyczne.
- Znajdź zatrudnienie **w międzynarodowych przedsiębiorstwach turystycznych** jako specjalista ds. strategii.
- Zostań **kierownikiem recepcji**, dbając o profesjonalną obsługę gości hotelowych i sprawne funkcjonowanie recepcji.

## Program studiów

### Praktyczne studia

Uczymy tak, aby jak najlepiej przygotować Cię do rzeczywistych wyzwań, z jakimi spotkasz się w pracy zawodowej.

- **Projekty grupowe** – realne problemy biznesowe.
- **Symulacje** – decyzje w warunkach rynkowych.
- **Staże i praktyki** – doświadczenie w firmach.
- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.



- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.

### **Wybrane zajęcia kierunkowe:**

- Podstawy zarządzania
- Podstawy turystyki i rekreacji
- Podstawy przedsiębiorczości
- Podmioty pośrednictwa i organizacji w turystyce
- Kultura i etykieta w wybranych krajach
- Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych
- Obsługa ruchu turystycznego
- Negocjacje i komunikacja społeczna
- Podstawy hotelarstwa
- Projektowanie usług i doświadczeń w turystyce i rekreacji
- Zarządzanie w branży HoReCa
- E-Technologie w sprzedaży i promocji usług turystycznych

### **Wybrane zajęcia specjalnościowe:**

- Rynek turystyczny
- Marketing w przedsiębiorstwie turystycznym
- Strategie i modele biznesu
- Zarządzanie zasobami ludzkimi
- Zarządzanie jakością
- Analiza finansowo-ekonomiczna przedsięwzięć turystycznych
- Zarządzanie przedsiębiorstwem turystyczno-rekreacyjnym
- Zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa turystycznego

### **Nauka języka obcego**

- 90 godzin nauki jednego języka obcego w 2 i 3 semestrze.

Możesz wybrać: j. angielski, j. niemiecki



## Praktyki i staże

Praktyki studenckie to ważny element studiów. Studenci studiów licencjackich oraz jednolitych studiów magisterskich realizują **960 godzin praktyk** (24 tygodnie), zdobywając doświadczenie zawodowe. Jeśli pracujesz w zawodzie zgodnym z kierunkiem studiów, możesz zaliczyć praktyki na podstawie zatrudnienia. W trakcie studiów masz też szansę na płatny staż. Programy stażowe przygotowują pracodawcy, z którymi współpracujemy, dostosowując wymagania do stanowisk, co ułatwia pierwsze kroki zawodowe.

## Sposób zaliczenia studiów

Tworzysz w zespole projekt dyplomowy, który rozwiązuje praktyczny lub teoretyczny problem związany z Twoim kierunkiem. Badając literaturę i przeprowadzając własne analizy, pracujesz nad autorską propozycją rozwiązania problemu. Wszystko, czego nauczysz się podczas studiów, pozwala Ci na stworzenie profesjonalnej pracy opartej na realnych danych i działaniach. by uzyskać tytuł licencjata, taki projekt musisz obronić przed komisją. To Ty wyznaczasz kierunek swojego projektu!

### Zasady rekrutacji

Aby zostać studentem **studiów I stopnia** (licencjackich lub inżynierskich) na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- **ukończyć** szkołę średnią,
- **zdać maturę** i uzyskać **świadcstwo dojrzałości**,
- **złożyć komplet wymaganych dokumentów**,
- **spełnić wymogi** wynikające z zasad rekrutacji.

[Dowiedz się więcej](#)

### Czesne, stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia i jednolitych magisterskich możesz skorzystać z **programu Very Important Student (VIS)** i studiować w pierwszym semestrze nawet za darmo.
- Możesz otrzymać te same **stypendia**, co studenci uczelni publicznych, w tym **naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi**.
- **Elastyczny system opłat** pozwala Ci wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.

[Dowiedz się więcej](#)

## Ceny

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

**Co dostajesz w ramach czesnego? Więcej niż się spodziewasz. [Sprawdź](#).**

## Wykładowcy



## **dr Magdalena Olejniczak**

- Specjalizuje się w badaniach konsumenckich. Prowadzi zajęcia z marketingu, m.in. z badań marketingowych, strategii marketingowych, zachowań konsumentów i zarządzania produktem.
- Jest absolwentką Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Ukończyła także studia podyplomowe z marketingu usług oraz psychologii pozytywnej na Uniwersytecie WSB Merito w Poznaniu.
- Jest autorką wielu publikacji w punktowanych czasopismach naukowych, także zagranicznych, poświęconych badaniom nad zachowaniami konsumentów, w tym zachowaniami senioralnymi.
- Wyróżnia się biegłością w przygotowywaniu i realizacji badań marketingowych, obejmujących analizę potrzeb konsumentów, ocenę strategii rynkowych i skuteczność działań promocyjnych.