



Zarządzanie turystyką

Opis specjalności:

Prawidłowe sterowanie funkcjonowaniem turystyki za pomocą parametrów i instrumentów ekonomicznych jest możliwe tylko wtedy, gdy właściwie rozumie się istotę pojęcia turystyki jako zjawiska społecznego i gospodarczego. Zarządzanie turystyką - jako specjalność na kierunku zarządzanie - pozwala zintegrować przedmioty z zakresu zarządzania, określone w minimach programowych z celowo dobranymi trzema przedmiotami specjalnościowymi, w ramach których absolwent uzyska wiedzę z zakresu obsługi ruchu turystycznego, świadczenia i sprzedaży usług turystycznych, realizacji ujawniającego się popytu lub potrzeb na rynku, zarządzania i kierowania podmiotami turystycznymi i hotelarskimi oraz wspomagania promocji sprzedaży i innych procesów wzrostu.

Jednocześnie taki układ przedmiotów i treści wykładowych i ćwiczeniowych pozwala rozpatrywać gospodarkę turystyczną w aspekcie ekonomicznych korzyści płynących z turystyki, roli przemysłu turystycznego w gospodarce lokalnej i regionalnej, uzasadnienia dla nowych inwestycji turystycznych oraz turystycznego zagospodarowania nowych obszarów.

Absolwent specjalności będzie wyposażony w wiedzę z zakresu zarówno procesów realnych zachodzących w przedsiębiorstwach turystycznych oraz zasad gospodarowania czynnikiem ludzkim oraz zapleczem materialno - technicznym przedsiębiorstw turystycznych. Ponadto absolwenci tej specjalności będą znali zasady funkcjonowania turystyki w lokalnej i regionalnej strukturze podmiotowej, z uwzględnieniem roli organizacji turystycznych, zasad formułowania strategii rozwoju turystyki w regionie oraz identyfikowania funduszy Unii Europejskiej na rozwój turystyki w latach 2007-2013.

Zatem absolwent specjalności będzie w stanie samodzielnie: prowadzić i zarządzać działalnością gospodarczą w sektorze turystyki, pełnić funkcję menedżera w przedsiębiorstwach turystycznych i hotelarskich oraz pracować w wydziałach (komórkach) jednostek samorządu terytorialnego, zajmujących się szeroko rozumianą promocją turystyki i zarządzaniem turystyką w regionie.

Specjalność „Zarządzanie w hotelarstwie i gastronomii” otrzymała pozytywną opinię Nowosądeckiej Izby Turystycznej - sprawdź opiniętutaj



Program studiów:

Organizacja i Zarządzanie Przedsiębiorstwem Turystycznym i Hotelarskim

Wykłady z w.w. przedmiotu przedstawiać będą treści o tematyce: tworzenia przedsiębiorstwa turystycznego i hotelarskiego, przedsiębiorstwo turystyczne i hotelarskie jako kategoria gospodarki rynkowej, zadania, cele działalności przedsiębiorstwa turystycznego i hotelarskiego, wiązki celów, grupy interesów, otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego i hotelarskiego, organizacja i zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym i hotelarskim w Polsce, organizacja i zarządzanie hotelem według wzorów europejskich i amerykańskich, podział pracy a struktura organizacyjna w przedsiębiorstwie turystycznym i hotelarskim, międzynarodowy rynek usług turystycznych, międzynarodowy rynek usług hotelarskich, transport turystyczny (lotniczy, morski, kolejowy, drogowy)- miary pojemności i zdolności środków transportu, usługi turystyczne i hotelarskie (rodzaje, formy, standardy, pojemność, chłonność, frekwencja, rotacja), kultura obsługi i etyka zawodu pracownika biura turystycznego i hotelu, turystyczny kodeks etyczny, baza noclegowa i żywieniowa w turystyce polskiej i zagranicznej, zaplecze sportowe, sportowo-rekreacyjne, jego struktura, organizacja i rola w tworzeniu produktów turystyczno-hotelowych, zdolności adaptacyjne przedsiębiorstw turystycznych i hotelarskich w związku z wejściem Polski do EU.

W ramach ćwiczeń studenci stworzą strukturę organizacyjną biura turystycznego i hotelarskiego, regulamin organizacyjny, pionów, działy. Zajmą się takimi kwestiami jak: wybór lokalizacji hotelu według 3L, rysowanie planów i brył hoteli według kategorii i ich funkcjonalności, tworzenie planów sytuacyjnych hoteli ekonomicznych, rysowanie pod kątem funkcjonalności hallu recepcyjnego i gastronomicznego, prezentacja standardów obsługi turystów w biurze turystycznym i hotelu według norm: etyki i etykiety, budowanie podstawowej oferty turystycznej dla biura podróży i hotelu, budowanie komplementarnej i towarzyszącej oferty turystycznej dla biura podróży i hotelu, założenie i uruchomienie biura turystycznego i hotelu, zarządzanie zasobami ludzkimi, tworzenie nowego produktu turystycznego i hotelowego, cykl obsługi gościa w biurze turystycznym i hotelu-trzy rodzaje rezerwacji, organizacja konferencji, zjazdów itp.



Systemy obsługi klienta - aspekty organizacyjne i marketingowe

W ramach tego przedmiotu poruszane będą: zagadnienia definicyjne z zakresu obsługi klienta, potrzeba szkolenia w zakresie fachowej obsługi klientów, korzyści wynikające z właściwego podejścia do klientów, umiejętność wykorzystania w przyszłości odpowiedniego podejścia do klientów, cechy dobrej i złej obsługi klienta, cechy personelu obsługującego klientów w turystyce, wymagania klientów i ich wpływ na obsługę, oczekiwania turystów jako usługobiorców i specyfika ich obsługi, umiejętność oceny wartości obsługi klientów w turystyce w kontekście korzyści przynoszonych przez dobrą obsługę, zachowania klientów i ich wpływ na proces obsługi, badania służące kształtowaniu właściwej obsługi klienta w turystyce, kształtowanie wizerunku firmy poprzez obsługę klienta

Zarządzanie turystyką w regionie

Przedmiot będzie obejmował tematy: organizacja rynków turystycznych na świecie, badanie i ustalenie segmentów oraz typów rynku turystycznego, czasowe i przestrzenne analizy segmentów przedmiotowych i podmiotowych rynków turystycznych, organizacje turystyczne (lokalne, regionalne, krajowe i międzynarodowe), samodzielność regionalna turystyki, strategie rozwoju turystyki w regionie, Fundusze Unii Europejskiej na rozwój turystyki w latach 2007-2013, kanały rynkowe w turystyce, strategia cen w turystyce, parametry i instrumenty w turystyce, orientacje marketingowe menedżera turystyki, fazy menedżmentu - marketingu regionalnego i lokalnego, planowanie promocji i zbytu, konkurencja hoteli i biur podróży, umowy i negocjacje w sferze turystyki, oferty, innowacje, katalogi, akwizycja usług, zdobywanie przychylności opinii publicznej, jakość i obsługa klientów (standardy S.T.A.R - Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Upselling & cross-selling)

Zarządzanie jakością w usługach turystycznych i hotelarskich

Zarządzanie jakością w usługach odgrywa kluczową rolę i staje się czynnikiem podstawowym w walce z konkurencją. W dzisiejszych czasach w dobie globalizacji i szybkiego transferu wiedzy oraz informacji organizacja musi dysponować procesami i ludźmi zdolnymi świadczyć usługi wysokiej jakości oraz ciągle je udoskonalać. Warto więc podejmować działania w celu jej podnoszenia i dążyć do ciągłego ich ulepszania. Z doświadczeń organizacji japońskich, amerykańskich i zachodnioeuropejskich wnioskujemy, że jest to możliwe przy wprowadzeniu strategii bazującej na filozofii TQM (Total Quality Management), kompleksowego zarządzania jakością. Sposób zarządzania określamy mianem TQM, polega na takim zarządzaniu organizacją, aby wszystkie działania ukierunkowane były we wszystkich ważnych dla klienta wcześniej rozpoznanych wymiarach jakości. Wdrażanie TQM do organizacji przynosi wiele innowacyjnych rozwiązań, a interdyscyplinarny charakter zarządzania jakością stawia przed menedżerami coraz większe wymagania.



Celem wykładu jest zapoznanie słuchaczy z podstawowymi problemami i koncepcjami zarządzania przez jakość, różnymi jej ujęciami, definicją oraz postrzeganiem. Prezentowane jest nowoczesne podejście do zagadnienia ukierunkowane na procesy i klienta oraz dostrzeżenie tych wymiarów jakości specyficznych usług turystycznych, które pozwalają spełnić oczekiwania klienta. Bardzo duże zróżnicowanie sektora turystycznego i jego odmienność w obszarze świadczonych usług wymusza nowatorskie podejście do zagadnienia.

Treści programowe:

- Wprowadzenie do zarządzania usługami, co to jest usługa kim są klienci ?
- Charakterystyka usług turystycznych i hotelarskich
- Definicja jakości w usługach turystycznych i hotelarskich
- Ewolucja systemów zarządzania w podmiotach branży turystycznej i hotelarskiej na świecie - nowoczesne koncepcje
- Rodzaje systemów zarządzania jakością w usługach turystycznych i hotelarskich
- Metody i narzędzia stosowane w zarządzaniu jakością
- Ocena i mierzenie efektywności, benchmarking
- Koncepcja Just in Time
- Reengineering i outsourcing
- Kompleksowe Zarządzanie Jakością
- Normy ISO
- Model doskonałości EFQM
- Implementacja systemów zarządzania jakością
- Przykłady wdrażania systemów zarządzania jakością w wybranych hotelach i biurach turystycznych