

**Sylwetka absolwenta
studiów pierwszego stopnia na kierunku „zarządzanie”
o profilu praktycznym
w zakresie „Zarządzanie w hotelarstwie i turystyce”/ „Hotel and Tourism Management”**

Absolwent studiów pierwszego stopnia na kierunku „Zarządzanie” w zakresie „*Zarządzanie w hotelarstwie i turystyce*”/ „*Hotel and tourism management*” **dysponuje zaawansowaną wiedzą** na temat prezentacji, wnioskowania statystycznego oraz metod i narzędzi statystycznej analizy danych; wie, jak zaplanować i zrealizować proste ilościowe i jakościowe badania empiryczne, zna podstawowe techniki badań statystycznych, rozumie specyfikę wybranych obszarów badawczych oraz potrafi je zinterpretować w czasie i przestrzeni; zna, w stopniu zaawansowany, podstawy metod matematycznych stosowanych w ekonomii i naukach o zarządzaniu – w szczególności metod służących do analizy i modelowania problemów zarządzania oraz optymalizacji decyzji; ma wiedzę w zakresie finansów przedsiębiorstwa, w tym wiedzę o rodzajach analiz ekonomicznych (bilans, rachunek zysków i strat, przepływy finansowe), sporządzanych w przedsiębiorstwie (w szczególności zna, w stopniu zaawansowanym, podstawowe metody obliczeń i podstawowe mierniki, stosowane w tych analizach); zna i rozumie zasady szczególnej ochrony dóbr informatycznych; ma wiedzę o informacji jako kategorii ekonomicznej i o jej elementach, składających się na proces i system informacyjny; w szczególności zna metody i narzędzia zarządzania informacją, analizy oraz syntezy procesów i systemów informacyjnych; ma zaawansowaną wiedzę o różnych rodzajach podmiotów gospodarczych i o relacjach pomiędzy nimi (w skali mikro, w wymiarze regionu, w skali całej gospodarki oraz w skali globalnej), w szczególności – zaawansowaną wiedzę dotyczącą rynku oraz jego uczestników, podstawowych mechanizmach funkcjonowania systemu finansowego oraz współczesnego systemu bankowego w państwie i w gospodarce; ma wiedzę w zakresie marketingu (jako procesu społecznego i zarządczego) i jego składowych (komponentów, uczestników), w szczególności wiedzę na temat narzędzi marketingowych (w tym reklamy i innych komponentów systemu komunikacji marketingowej), a także podstaw teoretycznych i praktyki międzynarodowej wymiany towarowej i/lub usługowej; ma wiedzę o jakości jako kategorii naukowej, o wdrażaniu systemu zarządzania jakością w przedsiębiorstwie, a także o prezentacji i interpretowaniu wymagań dotyczących jakości w zmieniającym się otoczeniu marketingowym, o istocie zarządzania projektem, w szczególności o koordynowaniu procesów tworzących końcowy cel projektu, o analizie SWOT oraz o racjonalnym eksploataowaniu zasobów i podsumowywaniu każdego etapu realizacji projektu.

Absolwent studiów pierwszego stopnia na kierunku „Zarządzanie” w zakresie „*Zarządzanie w hotelarstwie i turystyce*”/ „*Hotel and tourism management*” **posiada zaawansowane umiejętności:** dostrzega i prawidłowo interpretuje zjawiska społeczne (polityczne, prawne, gospodarcze, ekonomiczne, kulturowe) i prognozuje skutki konkretnych procesów społecznych zachodzących w skali poszczególnych podmiotów lub rynków, w wymiarze globalnym, państwa, regionu bądź lokalnej; wyjaśnia rolę gospodarki, kultury, etyki oraz postępu technicznego w procesach przemian współczesnych organizacji; dobiera i stosuje właściwe metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, potrafi stosować technologie informatyczne w realizacji zadań w zakresie zarządzania, a także wykorzystywać narzędzia informatyczne do gromadzenia, analizy i prezentacji informacji i danych ekonomicznych i społecznych pochodzących z właściwie dobranych źródeł; analizuje i interpretuje badania statystyczne, opracowuje i prezentuje materiał

statystyczny, a także korzysta z opracowań statystycznych i z innych źródeł danych; oblicza i interpretuje miary statystyczne oraz wykorzystuje je w analitycznych pracach planistycznych; analizuje potencjalne szanse i zagrożenia w sferze produkcji, handlu lub usług, racjonalnie prognozuje, projektuje i wprowadza niezbędne zmiany w strategii rozwojowej przedsiębiorstwa; analizuje koniunkturalne aspekty popytu i podaży, przewiduje skutki nadprodukcji, racjonalnie i logicznie interpretuje różne sytuacje na rynku oraz kalkuluje koszty; umie przygotować i przeprowadzić badania marketingowe z wykorzystaniem różnych metod i technik badań, nie ulega informacji manipulacyjnej; wykorzystując wiedzę w zakresie nauk społecznych, umie sporządzać i prezentować, a także analizować i weryfikować oferty marketingowe; świadomy roli przekazu reklamowego, jak również wpływu innych komponentów systemu komunikacji marketingowej na decyzje odbiorców, kompetentnie ocenia trafność doboru narzędzi marketingowych, potrafi zaprojektować, zaprezentować oraz zrealizować kampanię reklamową. Komunikuje się z otoczeniem stosując adekwatną terminologię; ma umiejętności językowe w zakresie nauk o zarządzaniu, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego..

Absolwent studiów pierwszego stopnia na kierunku „Zarządzanie” w zakresie „*Zarządzanie w hotelarstwie i turystyce*”/ „*Hotel and tourism management*” **posiada zaawansowane kompetencje społeczne:**

uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych; jest otwarty dla wszystkich uczestników procesu i systemu informacyjnego, w tym na opinie ekspertów, oraz wrażliwy na postawy ludzi wobec nierzetelnej informacji; prawidłowo wyraża bezstronne sądy o jakości informacji; jest krytyczny wobec posiadanej wiedzy, starannie gromadzi uzyskane dane i informacje; jest przygotowany do podjęcia studiów drugiego stopnia; przyjmuje odpowiedzialność za powierzone mu zadania, ma świadomość znaczenia zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny, a także wymaga tego od innych; w szczególności dba o dorobek i tradycje zawodu, postępuje zgodnie z etyką zawodową – jest lojalny wobec firmy, w której pracuje oraz otwarty na sugestie i propozycje pracowników różnych szczebli, a także klientów.

Studia pierwszego stopnia na kierunku „Zarządzanie” w zakresie: „*Zarządzanie w hotelarstwie i turystyce*”/ „*Hotel and tourism management*” przygotowują absolwentów do pracy w hotelach i biurach turystycznych lub podobnych organizacjach. Absolwenci posiadają wiedzę, umiejętności i kompetencje właściwe dla zarządzania hotelami i ruchem turystycznym jako doradca, konsultant, specjalista, menedżer średniego i wyższego szczebla. Posiadają wiedzę na temat specyfiki rynku turystycznego i hotelarskiego.