Kierunek: Turystyka i rekreacja
studia II stopnia

Pytania kierunkowe

1. Regiony turystyczne na świecie
2. Regiony turystyczne w Polsce
3. Zjawisko mnożnika turystycznego
4. Elementy gospodarki turystycznej
5. Regionalizacja turystyczna Europy
6. Fundusze UE na rozwój turystyki
7. Zarządzanie turystyką metodą projektową
8. Źródła finansowania rozwoju turystyki
9. Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych w warunkach sezonowości
10. Podmioty polityki turystycznej w Polsce
11. Międzynarodowe organizacje turystyczne
12. Narzędzia polityki turystycznej
13. Negatywne skutki dla środowiska przyrodniczego i ludzkiego z rozwoju turystyki masowej
14. Strategie marketingowe w turystyce
15. Czynniki i rodzaje innowacyjności produktu turystycznego
16. Istota i mierniki jakości usług turystycznych
17. Markowy produkt turystyczny
18. Charakterystyka działalności turoperatorskiej
19. Formy rekreacji i terapii z udziałem zwierząt
20. Marketingowe narzędzia kreacji produktu turystycznego
21. Znaczenie segmentacji na rynku usług turystycznych
22. Rynek pośrednictwa i organizacji usług turystycznych w Polsce i na świecie
23. Znaczenie kapitałów własnych w przedsiębiorstwie turystycznym
24. Rola personelu w systemie zarządzania jakością i innowacjami usług turystycznych
25. Rodzaje innowacji w turystyce
26. Systemy zapewnienia jakości w działalności turystycznej
27. Rynki docelowe w marketingu terytorialnym
28. Wizerunek jako element strategii marketingowej jednostek terytorialnych
29. Planowanie i organizowanie procesu realizacji projektu turystycznego
30. Współczesne trendy w turystyce

Specjalność: Biznes medical spa & wellness

1. Podział surowców leczniczych i ich znaczenie dla turystyki
2. Uwarunkowania prawne funkcjonowania turystki uzdrowiskowej w Polsce
3. Rodzaje przedsiębiorstw na rynku turystyki zdrowotnej
4. Wpływ turystyki zdrowotnej na jakość życia mieszkańców i turystów
5. Podstawowe produkty turystyki zdrowotnej
6. Istota zrównoważonego rozwoju w uzdrowiskach
7. Znaczenie opłaty klimatycznej i uzdrowiskowej dla funkcjonowania uzdrowisk
8. Stowarzyszenia i organizacje reprezentujące sektor turystyki zdrowotnej
9. Korzyści, zagrożenia i bezpieczeństwo związane z treningiem zdrowotnym
10. Technika i metodyka wykonania masażu klasycznego wybranych okolic ciała
11. Cele, zadania i zabiegi odnowy biologicznej
12. Podmioty rynku usług Spa&Wellness i ich oferta
13. Metody leczenia w turystyce uzdrowiskowej
14. Miejscowości uzdrowiskowe w Polsce i na świecie
15. Biokimat Polski
16. Uwarunkowania bioklimatyczne turystyki
17. Znaczenie personelu w przedsiębiorstwie świadczącym usługi na rynku turystyki zdrowotnej

18. Cechy popytu na rynku turystyki zdrowotnej
19. Cechy podaży na rynku turystyki zdrowotnej
20. Trendy w rozwoju turystyki zdrowotnej

Specjalność: biznes turystyczny

1. Rodzaje analizy rynku usług turystycznych
2. Metody i cele badania rynku turystycznego
3. Etapy organizacji i obsługi ruchu turystycznego
4. Nowe trendy w obsłudze ruchu turystycznego
5. Znaczenie ubezpieczeń na rynku turystycznym
6. Rodzaj e ubezpieczeń w turystyce
7. Modele zagospodarowania rekreacyjno-turystycznego wybrzeży morskich
8. Innowacje finansowe w obsłudze turystyki
9. Zastosowanie protokołu dyplomatycznego w spotkaniach biznesowych
10. Znaczenie personelu w przedsiębiorstwie świadczącym usługi na rynku turystyki zdrowotnej
11. Style kierowania i kultura organizacyjna przedsiębiorstwa turystycznego
12. Modele polityki personalnej
13. Motywowanie i rozwój pracowników w przedsiębiorstwie turystycznym
14. Zasady opracowywania strategii rozwoju turystyki
15. Rola strategii rozwoju turystyki w kształtowaniu przewagi konkurencyjnej regionów
16. Budowanie trwałych relacji z interesariuszami
17. Analiza skarg i reklamacji a trwałość relacji z klientami
18. Organizacja systemu informacji turystycznej na poziomie regionu i kraju
19. Jakość informacji turystycznej
20. Regionalne i lokalne uwarunkowania rozwoju turystyki miejskiej i kulturowej

Specjalność: turystyka międzynarodowa

1. Charakterystyka i specyfika funkcjonowania międzynarodowego rynku turystycznego
2. Mierniki jakości przewozów turystycznych
3. Etapy organizacji imprez turystycznych
4. Kanały dystrybucji usług turystycznych
5. Rola środków transportu w obsłudze międzynarodowego ruchu turystycznego
6. Charakterystyka międzynarodowego rynku pracy w turystyce
7. Rola systemów i sieci hotelowych w funkcjonowaniu turystyki międzynarodowej
8. Miejsce światowego dziedzictwa kulturowego w funkcjonowaniu współczesnej turystyki
9. Polityka turystyczna Polski a międzynarodowe organizacje turystyczne
10. Współczesne problemy rozwoju turystyki międzynarodowej
11. Bezpieczeństwo w turystyce i w obsłudze międzynarodowego ruchu turystycznego
12. Organizacja międzynarodowej turystyki przyjazdowej do Polski
13. Charakterystyka potencjału turystycznego wybranych krajów Europy Środkowo-Wschodniej
14. Determinanty i uwarunkowania rozwoju turystyki transgranicznej
15. Motywy wyjazdów w turystyce międzynarodowej na przykładzie wybranych krajów
16. Bariery rozwoju międzynarodowego ruchu turystycznego
17. Przyczyny rosnącego ruchu turystycznego na świecie
18. Metody badań międzynarodowego ruchu turystycznego
19. Cechy charakterystyczne turystycznego regionu basenu Morza Śródziemnego
20. Cechy charakterystyczne turystycznych regionów nadmorskich w Europie i na świecie