



PR2: Modyfikowanie sylabusów nauczania przedmiotów

Uniwersytet Jagielloński

W oparciu o wyniki przeprowadzonych badań analizie poddano sylabusy przedmiotów na kierunku Zarządzanie w turystyce i sporcie specjalności Zarządzanie w turystyce. Przeprowadzona analiza pozwoliła zidentyfikować, które ze wskazanych przez przedsiębiorców kompetencji są rozwijane u studentów UJ, w ramach aktualnie realizowanych programów oraz te które nie zostały dotychczas w nim ujęte. W efekcie podjęto decyzję o modyfikacji sylabusów 5 przedmiotów tj.:

1. **Marketing turystyczny**
2. **Media społecznościowe w turystyce**
3. **Rynek biur podróży**
4. **Společna odpowiedzialność biznesu**
5. **Zarządzanie hotelem**

1. Marketing turystyczny

W sylabusie przedmiotu Marketing turystyczny zmodyfikowano cele oraz efekty kształcenia w zakresie **wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych**. Wprowadzone zmiany odnosiły się do uwzględnienia w efektach kształcenia następujących soft and hard competencies wskazanych przez przedsiębiorców jako ważne a zarazem brakuje ich absolwentom uczelni: **critical thinking, ability to work in a team, creative problem-solving, innovativeness, online marketing (e.g. SEO, search engine marketing), data analytics (machine learning, natural language processing, database skills**.

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy zostały uzupełnione o dwa nowe tj. Student zna i rozumie:





- zasady koncepcje i teorie odnoszące się do zarządzania marketingiem w kontekście turystyki,
- zastosowanie *marketingu online* oraz podstawowe i zaawansowane metody analizy danych.

W zakresie **umiejętności** zmodyfikowano wszystkie efekty kształcenia uwzględniając, że student potrafi:

- *krytycznie oceniać* aktualne teorie i praktyki oraz ich zastosowanie w zarządzaniu marketingiem turystycznym,
- zastosować odpowiednią wiedzę marketingową w szeregu złożonych sytuacji globalnych
- gromadzić, *analizować, oceniać i syntetyzować dane,*
- *kwestionować istniejące praktyki i teorie* marketingowe, opierając się na najlepszych praktykach,
- *krytycznie ocenić cyfrowe możliwości i wyzwania* związane z marketingiem turystycznym,
- wykorzystywać *marketing online* jako podstawę strategii marketingowych,
- *tworzyć innowacyjne i kreatywne rozwiązania* strategiczne złożonych problemów marketingowych

W zakresie **kompetencji społecznych** dodano efekt kształcenia odnoszący się do tego, że student jest przygotowany do pracy zespołowej.

Ponadto do treści programu przedmiotu Marketing turystyczny dodano dwa nowe tematy:

- Marketing online w turystyce
- Analiza danych w marketingu online.





2. Media społecznościowe w turystyce

W sylabusie przedmiotu Social media in tourism zmodyfikowano efekty kształcenia w zakresie **wiedzy i umiejętności**. Wprowadzone zmiany odnosiły się do uwzględnienia w efektach kształcenia jednej hard competencies wskazanej przez przedsiębiorców jako ważna a zarazem brakuje jej absolwentom uczelni tj. **social media analytics (e.g. Meta Business Suite)**.

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy zostały tym samym uzupełnione o jeden nowy tj.

Student zna i rozumie:

- istotę i zasady prowadzenia *monitoringu mediów społecznościowych*.

W zakresie **umiejętności** również dodano jeden nowy efekt kształcenia uwzględniający, że student potrafi:

- przeprowadzić ilościową i jakościową *analizę mediów* z wykorzystaniem analizy treści.

3. Rynek biur podróży

W sylabusie przedmiotu Rynek biur podróży zmodyfikowano cele oraz efekty kształcenia w zakresie **wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych**. Wprowadzone zmiany odnosiły się do uwzględnienia w celach znajomości rynku turystycznego, współczesnych trendów rozwojowych tego rynku oraz planowania imprez turystycznych. W efektach kształcenia zmiany odnosiły się do następujących soft and hard competencies wskazanych przez przedsiębiorców jako ważne a zarazem brakuje ich absolwentom uczelni: **critical thinking, ability to work in a team, creative problem-solving, innovativeness, ethical conduct, online marketing (e.g. SEO, search engine marketing), data analytics (machine learning, natural language processing, database skills)**.

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy zostały uzupełnione o jeden nowy tj. Student zna i rozumie:

- zasady w zakresie planowania imprez turystycznych.





W zakresie **umiejętności** zmodyfikowano dwa efekty kształcenia uwzględniając, że student potrafi:

- opracować i skalkulować pakietu turystycznego,
- dostrzegać trendy rynkowe.

W zakresie **kompetencji społecznych** dodano efekty kształcenia odnoszące się do tego, że student jest przygotowany do planowania i kalkulacji imprez turystycznych oraz kierowania zasadami etyki kontaktów z kooperantami oraz klientami.

Ponadto do treści programu przedmiotu Rynek biur podróży dodano dwa nowe tematy:

- Współczesne *trendy na rynku turystycznym*, w tym touroperatorskim
- Zarządzanie jakością oferty, w tym aspekty *etyki* kontaktów z kooperantami i klientami.

4. Społeczna odpowiedzialność biznesu

W sylabusie przedmiotu Społeczna odpowiedzialność w biznesie zmodyfikowano tytuł przedmiotu i sylabusu, cel oraz efekty kształcenia w zakresie **wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych**. Wprowadzone zmiany odnosiły się do rozszerzenia nazwy przedmiotu, która obecnie brzmi Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność w biznesie, uwzględnienia w celach zapoznania studentów z koncepcją zrównoważonego rozwoju. W efektach kształcenia zmiany odnosiły się do następujących sustainability competencies wskazanych przez przedsiębiorców jako ważne a zarazem brakuje ich absolwentom uczelni: **understanding of sustainability principle, internal sustainability management, skills helping to improve the sustainability of suppliers, ability to motivate customers to make more sustainable choices, ability to make and implement a sustainability mission statement, policy and action plan, skills related to awareness of local customs (e. g., food, arts, language, crafts)**.

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy zostały uzupełnione o trzy nowe tj. Student zna i rozumie:



Co-funded by
the European Union



- zasady zrównoważonego rozwoju,
- wskaźniki rozwoju zrównoważonego i sposób ich wykorzystania na różnych szczeblach zarządzania,
- praktyki z zakresu zrównoważonego rozwoju.

W zakresie **umiejętności** zmodyfikowano dwa efekty kształcenia uwzględniając, że student potrafi:

- dobierać wskaźniki pomiaru dla monitorowania programów zrównoważonego rozwoju,
- diagnozować sytuacje przedsiębiorstwa z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju.

W zakresie **kompetencji społecznych** dodano efekty kształcenia odnoszące się do tego, że student jest przygotowany do:

- pogłębiania i doskonalenia swojej wiedzy zakresu koncepcji zrównoważonego rozwoju,
- opracowywania i wdrażania deklaracji misji zrównoważonego rozwoju, polityki i planu działania,
- propagowania działań z zakresu zrównoważonego rozwoju

Ponadto do treści programu przedmiotu Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność w biznesie rozszerzono 4 tematy o odniesienia do koncepcji zrównoważonego rozwoju oraz dodano jeden nowy:

- Istota *zrównoważonego rozwoju*, *zasady i cele koncepcji* (new)
- Monitorowanie *zrównoważonego rozwoju* oraz CSR (widened, befor was Monitorowanie CSR)
- Strategiczne podejście do *zrównoważonego rozwoju* oraz CSR (widened, befor was Strategiczne podejście do CSR)
- Raportowanie zrównoważonego rozwoju oraz CSR (widened, befor was Raportowanie CSR)
- Przykłady stosowania koncepcji zrównoważonego rozwoju oraz CSR- case study (widened, befor was Przykłady stosowania koncepcji CSR)





5. Zarządzanie hotelem

W sylabusie przedmiotu Zarządzanie hotelem zmodyfikowano efekty kształcenia w zakresie **wiedzy oraz umiejętności**. Wprowadzone zmiany odnosiły się do uwzględnienia w efektach kształcenia następujących soft and hard competencies wskazanych przez przedsiębiorców jako ważne i brakujące: **creative problem-solving, knowledge of trends and actual situation, online marketing (e.g. SEO, search engine marketing), skills to monitor online reviews, (big) data analytics (machine learning, natural language processing)**.

Efekty kształcenia w zakresie wiedzy zostały uzupełnione o dwa nowe tj. Student zna i rozumie:

- *trendy rynku hotelarskiego,*
- *zagadnienia teoretyczne z zakresu budowania reputacji online i zarządzania elektronicznym marketingiem szepczanym*

W zakresie **umiejętności** zmodyfikowano trzy efekty kształcenia uwzględniając, że student potrafi:

- *kreatywnie rozwiązywać problemy związane z zarządzaniem*
- *zbierać i analizować dane (small i big) dotyczące rynku hotelarskiego,*
- *zademonstrować przykładowe sposoby reakcji i odpowiedzi na pozytywne i negatywne recenzje online.*

Ponadto do treści programu przedmiotu Zarządzanie hotelem dodano jeden nowy temat:

- Zarządzanie reputacją hotelu

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or Slovak Academic Association for International Cooperation. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Co-funded by
the European Union