

## TURYSTYKA I REKREACJA

### Wykaz zagadnień do wyboru

1. Kompetencje i praca instruktora sportów przestrzeni na podstawie wybranej dyscypliny.
2. Kompetencje i praca przewodników turystycznych.
3. Kompetencje i praca pilotów wycieczek i rezydentów biur podróży.
4. Miejsce turystyki dzieci i młodzieży we współczesnej turystyce.
5. Miejsce podróży w refleksji nad budowaniem kompetencji i osobowości współczesnego człowieka.
6. Problemy prawa polskiego i europejskiego w zakresie turystyki i rekreacji.
7. Kompetencje organów władzy w RP w zakresie turystyki i rekreacji.
8. Obowiązki i odpowiedzialność organizatora turystyki wobec podróżnych.
9. Odpowiedzialność zakładu hotelarskiego za bezpieczeństwo i mienie gościa hotelowego.
10. Architektura starożytna - dostępność obiektów najbardziej znanych turystycznie.
11. Styl romański i gotycki w Europie i Polsce oraz renesans florencki, rzymski i wenecki - przykłady udostępniania obiektów turystom.
12. Charakterystyka architektury i sztuki epoki baroku; sztuka klasycystyczna oraz fazy rozwojowe historyzmu – ukaż przykłady udostępniane turystom.
13. Problemy udostępniania turystom obiektów kultu i pamięci.
14. Uczestnicy i przedmiot wymiany na rynku turystycznym i rekreacyjnym.
15. Rola i udział czynników produkcji w tworzeniu produktów turystycznych i rekreacyjnych.
16. Miejsce turystyki i rekreacji w gospodarce.
17. Wpływ decyzji państwa na funkcjonowanie i rozwój sektora turystyki i rekreacji.
18. Sytuacja sektora usług turystycznych i rekreacyjnych w warunkach zmian na rynku pracy.
19. Procesy cyfryzacji w turystyce i kształtujące je technologie.
20. E-ryunki turystyczne.
21. Modele e-biznesu i m-biznesu w turystyce i rekreacji.
22. Wykorzystanie kwestionariusza ankiety w badaniach – użyteczność i ograniczenia.
23. Wpływ Internetu na działalność marketingową przedsiębiorstw.
24. Zachowania konsumentów w Internecie.
25. Zasady bezpieczeństwa w sieci na przykładzie turystyki i rekreacji.
26. Sieci społecznościowe w biznesie turystycznym i rekreacyjnym.
27. Kultura organizacyjna w organizacji na przykładzie turystyki i rekreacji.
28. Podróże filozofów a idee filozofii na wybranym przykładzie.
29. Związek systemów filozoficznych z problematyką turystyki bądź rekreacji.
30. Odpowiedzialność społeczna w turystyce.
31. Ewolucja usług hotelarskich - pojęcia, podziały, przykłady.
32. Proces jako przedmiot zarządzania w turystyce, rekreacji i hotelarstwie.
33. Pojęcie i istota komunikacji interpersonalnej np. w obsłudze klienta.

34. Trudne sytuacje w obsłudze klienta. Sposoby radzenia sobie z niezadowolonymi klientami. Osiąganie porozumienia oraz poszukiwanie rozwiązań dla obu stron.
35. Nowe technologie w obsłudze klienta (np. podróżnego, gościa hotelowego, uczestnika zajęć rekreacyjnych).
36. Zarządzanie strategiczne w obiektach hotelarskich.
37. Znaczenie wychowawcze, zdrowotne i kulturotwórcze zabawy na przykładzie wybranych parków rozrywki, parków edukacyjnych, parków wodnych w Polsce i na świecie.
38. Bariery rozwoju rekreacji fizycznej w Polsce i sposoby ich pokonywania.
39. Przyczyny i skutki modelu biernego spędzania wolnego czasu.
40. Wykorzystanie nowoczesnej technologii do planowania i monitoringu aktywności fizycznej i promocji zdrowia?
41. Współczesne trendy w zakresie uprawiania aktywności fizycznej.
42. Wykorzystanie ćwiczeń siłowych w treningu rekreacyjnym.
43. Rola aktywności fizycznej w budowaniu zdrowego stylu życia.
44. Aktywność fizyczna w profilaktyce i leczeniu chorób cywilizacyjnych.
45. Aktywizacja społeczna seniorów na przykładzie turystyki i rekreacji.
46. Aktywizacja ruchowa seniorów na przykładzie działań realizowanych i projektowanych.
47. Zasady i warunki i wymagane kwalifikacje do wykonywania masażu klasycznego.
48. Predyspozycje i zdolności motoryczne wobec różnych form aktywności fizycznej.
49. Wytyczne do programowania indywidualnych obciążeń treningowych.
50. Wykorzystanie walorów przyrodniczych regionu, jako atrakcji turystycznych.
51. Inicjatywy ekoturystyczne– przykłady i własne propozycje.
52. Turystyka na obszarach objętych formami ochrony przyrody, przykłady konfliktów i ich rozwiązywania.
53. Ogrody botaniczne i zoologiczne w Polsce i na świecie jako atrakcje turystyczne.
54. Idea Jordanowska w Polsce i Europie
55. Znaczenie dziedzictwa kulturowego dla atrakcyjności turystycznej miast.
56. Atrakcyjność turystyczna muzeów (na wybranych przykładach).
57. Znaczenie stowarzyszeń dla rozwoju turystyki w Polsce.
58. Struktura podmiotowa i przedmiotowa wybranego rynku dóbr lub usług związanych z turystyką i rekreacją, przy uwzględnieniu odpowiednich danych liczbowych.
59. Obserwowane w ostatnich latach, a także przewidywane trendy dotyczące zachowań konsumentów dóbr oraz usług turystycznych i rekreacyjnych.
60. Znaczenie systemu finansowego dla rozwoju sektora usług turystycznych i rekreacyjnych.
61. Charakterystyka rynku pracy związanego z turystyką i rekreacją.
62. Uwarunkowania oraz typowe formy współpracy branżowej i regionalnej e turystyce i rekreacji.
63. Możliwości identyfikowania znaczenia turystyki lub rekreacji w gospodarce (lokalnej, regionalnej, krajowej, międzynarodowej lub globalnej), ze wskazaniem odpowiednich mierników i wskaźników gospodarczych.
64. Znaczenie integracji międzynarodowej dla rozwoju sektora turystyki.

65. Instrumenty promocji, które mają współcześnie największe znaczenie dla przedsiębiorstw i innego typu organizacji turystycznych i rekreacyjnych- przykłady kampanii promocyjnych realizowanych przez konkretne podmioty.
66. Znaczenia wizerunku dla funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw lub innego typu organizacji, metody badania i instrumenty kreowania wizerunku- przykłady zaczerpnięte z sektora turystyki i rekreacji ilustrujące sytuacje, w których wizerunek jakiegoś podmiotu został istotnie zmieniony.
67. Modele biznesu (oraz typowe dla nich modele przychodów) charakterystyczne dla działalności internetowej związanej z turystyką i rekreacją.
68. Strategie cenowe specyficzne dla środowiska internetowego – przykłady ich zastosowania przez konkretne przedsiębiorstwa związane z turystyką i rekreacją.
69. Dylematy organizatora komercyjnych podróży grupowych w konfrontacji z oczekiwaniem klientów.
70. Typologie turystów jako podstawa tworzenia oferty turystycznej i przygotowywania procesów obsługi.
71. Istota motywów uprawiania turystyki i ich wykorzystywanie przez organizatorów turystyki - na wybranym przykładzie.
72. Kształtowanie i kompozycja produktu turystycznego w oparciu o teorię potrzeb człowieka – na wybranym przykładzie.
73. Innowacyjne rozwiązania w obsłudze ruchu turystycznego versus klasyka podróżowania