

**SPECJALNOŚCIOWE ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE NA EGZAMIN MAGISTERSKI DLA  
ŚCIEŻKI KSZTAŁCENIA ZARZĄDZANIE W TURYSTYCE STUDIÓW DRUGIEGO STOPNIA  
KIERUNKU ZARZĄDZANIE OBOWIĄZUJĄCE OD ROKU AKADEMICKIEGO 2023/24**

1.	Rodzaje przedsiębiorstw turystycznych i rekreacyjnych. Klasyfikacja obiektów turystycznych i rekreacyjnych
2.	Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw w branży hotelarsko-gastronomicznej
3.	Otoczenie i jego wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw w branży hotelarsko-gastronomicznej
4.	Zasoby materialne i niematerialne przedsiębiorstwa w branży hotelarsko-gastronomicznej oraz ich wpływ na jego funkcjonowanie
5.	Wizja, misja, cele strategiczne i operacyjne przedsiębiorstwa w branży hotelarsko-gastronomicznej
6.	Hotel jako przedsiębiorstwo – pojęcie hotelu, kategorie hoteli, uwarunkowania społeczno- ekonomiczne rozwoju branży hotelowej
7.	Planowanie w przedsiębiorstwie hotelarskim i gastronomicznym - rodzaje planów i ich charakterystyka
8.	Segmentacja klientów w sektorze usług hotelarsko- gastronomicznych. Pojęcie segmentacji, kategorie klientów, trendy
9.	Współczesne formy komunikacji marketingowej i ich znaczenie w sektorze hotelarsko-gastronomicznym. Marketing mix 7P - pojęcie, charakterystyka.
10.	Elementy (podprocesy) procesu zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie. Znaczenie kompetencji personelu w branży hotelarsko-gastronomicznej.
11.	Rodzaje kosztów w prowadzeniu działalności operacyjnej w branży hotelarsko-gastronomicznej. Strategie minimalizacji kosztów.
12.	Pojęcie i rola świadectwa materialnego w branży hotelarsko- gastronomicznej
13.	System HACCP w gastronomii – pojęcie i znaczenie w sektorze usług gastronomicznych.
14.	Koncepcja ekonomii współdzielenia (sharing economy) - szanse i zagrożenia dla przedsiębiorstw hotelarskich
15.	Dystrybucja bezpośrednia i pośrednia w hotelarstwie i gastronomii. Pojęcie, identyfikacja wad i zalet
16.	Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) i Employer Branding w sektorze usług hotelarsko- gastronomicznych. Pojęcia i ich znaczenie
17.	Pojęcie turystyki i rekreacji – podobieństwa i różnice. Formy turystyki i rekreacji, trendy w organizacji czasu wolnego
18.	Event jako usługa- pojęcie, przykłady, specyfika organizacji i promocji eventów w

	branży hotelarko- gastronomicznej
19.	Obsługa klienta – pojęcie, zasady, znaczenie w branży hotelowo- gastronomicznej. Schemat zachowania i formy obsługi klienta na stanowisku recepcji hotelu.
20.	Strategie negocjacji handlowych i ich charakterystyka. Znaczenie różnic kulturowych w negocjacjach.