



Program studiów

Wydział:	Instytut Historii i Archiwistyki
Kierunek:	Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie
Poziom studiów:	II stopnia
Forma studiów:	studia niestacjonarne
Rok akademicki:	2026/27

Spis treści

Charakterystyka kierunku	3
Wskaźniki	5
Kierunkowe efekty uczenia się	6
Matryca pokrycia efektów (kierunkowe i standard kształcenia)	8
Matryca kierunkowych efektów uczenia się w odniesieniu do form zajęć i sposobu zaliczenia, które pozwalają na ich uzyskanie	14
Plan studiów	19
Treści programowe	25

Charakterystyka kierunku

Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Instytut Historii i Archiwistyki
Nazwa kierunku:	Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie
Poziom:	II stopnia
Profil:	ogólnoakademicki
Forma:	studia niestacjonarne
Język studiów:	polski
Klasyfikacja ISCED:	0410

Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów

Dziedzina nauk humanistycznych, Dziedzina nauk społecznych

Przyporządkowanie kierunku do dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się

Historia	70%
Nauki o sztuce	20%
Nauki o zarządzaniu i jakości	10%

Charakterystyka kierunku

Warunki przyjęcia na studia

Warunkiem przyjęcia na studia jest posiadanie dyplomu ukończenia studiów I stopnia (lub jednolitych magisterskich) oraz pozytywny wynik postępowania kwalifikacyjnego, przeprowadzonego w oparciu o konkurs dyplomów. Studia przewidziane dla absolwentów studiów dowolnego kierunku.

Sylwetka absolwenta

Absolwent kierunku pozyskał wiedzę i kompetencje z zakresu ekonomicznego podejścia do dziedzictwa kulturowego, jego zagospodarowania i promocji, wykorzystywania nowych technologii, a także planowania i obsługi ruchu turystycznego, organizacji nowoczesnych imprez turystycznych, promocji i popularyzacji dziedzictwa kulturowego, krajoznawstwa i edukacji regionalnej, marketingu, tworzenia innowacyjnych produktów opartych na zasobach odziedziczonych.

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe

Absolwent tego kierunku uzyskał kwalifikacje do pracy w:
instytucjach zajmujących się dziedzictwem kulturowym, czy kulturą,
podmiotach zarządzających dziedzictwem kulturowym, promujących kulturę i dziedzictwo kulturowe,
urzędach ochrony dziedzictwa,
fundacjach, stowarzyszeniach i organizacjach pozarządowych działających na rzecz zachowania i rozwoju dziedzictwa kulturowego,
Departamencie Dziedzictwa Kulturowego,
Wydziale Kultury i Dziedzictwa Narodowego Urzędu Miasta,
Wydziale Ochrony Dziedzictwa,
Narodowym Instytucie Dziedzictwa,
Międzynarodowym Centrum Kultury,
Narodowym Centrum Kultury,
Narodowym Instytucie Polskiego Dziedzictwa Kulturowego za Granicą POLONIKA,

przedsiębiorstwach turystycznych, szczególnie tych nakierowanych na konstruowanie nowoczesnych ofert z zakresu turystyki biznesowej, incentive, prozdrowotnej, ofert wyjazdów krótkoterminowych, architektury, etnoturystyki i turystyki muzealnej. Absolwent jest także w pełni przygotowany do otworzenia własnej działalności gospodarczej w branży turystycznej

Powiązanie kierunku z misją i strategią Uczelni

Kierunek Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie w pełni wpisuje się w misję Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, zakładającą kształcenie nowoczesnych, kreatywnych i przedsiębiorczych specjalistów zdolnych do funkcjonowania w gospodarce opartej na wiedzy oraz aktywnego współtworzenia rozwoju społeczno gospodarczego. Kierunek łączy kompetencje humanistyczne, społeczne i menedżerskie, przygotowując absolwentów do ochrony, promocji i innowacyjnego wykorzystywania dziedzictwa kulturowego w działalności instytucji kultury, administracji publicznej, organizacji pozarządowych oraz przedsiębiorstw sektora kreatywnego i turystycznego. Program rozwija umiejętności związane z tworzeniem modeli biznesowych opartych na zasobach dziedzictwa, kreowaniem marek terytorialnych, marketingiem kultury, pozyskiwaniem funduszy zewnętrznych, wykorzystaniem nowych technologii, digitalizacją zasobów kulturowych oraz stosowaniem narzędzi sztucznej inteligencji w ochronie i promocji dziedzictwa. Jednocześnie zachowuje silne fundamenty akademickie poprzez pogłębione kształcenie w zakresie historii, muzealnictwa, ochrony dziedzictwa i badań nad kulturą. Kierunek realizuje również społeczną misję uczelni poprzez przygotowanie absolwentów do działań na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego, rozwoju lokalnego i regionalnego oraz budowania kapitału społecznego w oparciu o wartości kulturowe i historyczne. Liczne zajęcia praktyczne, projekty realizowane we współpracy z instytucjami kultury i sektorem gospodarczym, praktyki zawodowe oraz moduły poświęcone przedsiębiorczości i nowoczesnym formom promocji dziedzictwa wzmacniają transfer wiedzy do otoczenia społeczno-gospodarczego, co stanowi jeden z kluczowych elementów strategii uczelni. Dzięki temu kierunek kształci absolwentów zdolnych nie tylko do ochrony i interpretacji dziedzictwa kulturowego, lecz także do jego efektywnego wykorzystania jako czynnika rozwoju społecznego, gospodarczego i turystycznego, realizując w ten sposób misję Uniwersytetu jako nowoczesnego ośrodka akademickiego odpowiadającego na wyzwania współczesnego świata.

Wskaźniki programu

Nazwa	
Potwierdzenie, że dla studiów niestacjonarnych nie więcej niż 50% liczby punktów ECTS określonej dla programu tych studiów realizowanych jest w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	33/120 (27.5%)
Potwierdzenie – na podstawie planu studiów, że student realizuje zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych i/lub społecznych, którym przypisano nie mniej niż 5 punktów ECTS	0
Potwierdzenie, że program studiów o profilu ogólnoakademickim obejmuje zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową, w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS, określonej dla programu tych studiów	94.5/120 (78.75%)
Potwierdzenie, że liczba punktów ECTS uzyskanych w programie studiów poprzez realizację zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość jest nie wyższa niż 75% ogólnej liczby punktów ECTS w programie studiów o profilu ogólnoakademickim	0/120 (0%)
Liczba godzin w programie	711
Liczba punktów ECTS w programie	120

Efekty uczenia się

Wiedza

Absolwent/ka

Kod	Treść	PRK
K_W01	zna specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego oraz kierunki badań w tym zakresie.	P7U_W, P7S_WG
K_W02	zna pogłębione metody analizy i interpretacji dóbr kultury materialnej i duchowej Europy, Polski i regionu oraz posiada gruntowną wiedzę z zakresu ochrony i funkcjonowania poszczególnych sektorów kultury w różnorodnych podmiotach.	P7U_W, P7S_WG
K_W03	w pogłębionym stopniu opanował zasady obowiązujące w zakresie ochrony i wykorzystania dziedzictwa kulturowego. Zna zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej	P7U_W, P7S_WG
K_W04	rozumie związki i konteksty odnośnie do wydarzeń i procesów historycznych i ich związku z rozwojem cywilizacyjnym, technicznym, duchowym i kulturowym człowieka, także w odniesieniu do historii regionalnej i lokalnej.	P7U_W, P7S_WG
K_W05	dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego. Ma zawansowaną wiedzę pozwalającą na wyszukiwanie, ocenianie, selekcjonowanie, przetwarzanie i udostępnianie dokumentacji, analizę i interpretację źródeł historycznych, oraz innych wytworów cywilizacji i kultury.	P7U_W, P7S_WG
K_W06	posiada pogłębioną wiedzę z zakresu działania systemów instytucji branży turystycznej, kulturalnej i muzealnej. Orientuje się w aktualnej ofercie współcześnie działających instytucji kultury, zwłaszcza ośrodków upowszechniających i popularyzujących wiedzę historyczną i związaną z dziedzictwem kulturowym.	P7U_W, P7S_WG
K_W07	wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym, ze szczególnym uwzględnieniem elementów turystyki biznesowej, incentive, prozdrowotnej, ofert wyjazdów krótkoterminowych, architektury, etnoturystyki i turystyki muzealnej.	P7U_W, P7S_WG
K_W08	rozumie terminologię fachową z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego oraz historii w przynajmniej jednym języku nowożytnym oraz rozumie pojęcia z zakresu dziedzictwa kulturowego w jednym dodatkowym języku nowożytnym (j. hiszpański/lub włoski/lub francuski)	P7U_W, P7S_WG
K_W09	zna zróżnicowanie i przykłady dzieł sztuki różnych epok, zna fachową terminologię w tym zakresie, rozumie związki i konteksty odnośnie do wydarzeń i procesów historycznych oraz powiązania ich z rozwojem sztuki.	P7U_W, P7S_WG

Umiejętności

Absolwent/ka

Kod	Treść	PRK
K_U01	ma umiejętności konieczne do samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej w branży związanej z wykorzystaniem dziedzictwa kulturowego oraz w sektorze ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego.	P7U_W, P7S_UW
K_U02	rozwiązuje złożone problemy z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego, analizuje, wdraża i prezentuje wyniki, wykorzystując najnowsze metody selekcji i opracowania danych. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie zarówno w mowie jak i w piśmie profesjonalne terminy branżowe.	P7U_U, P7S_UW

Kod	Treść	PRK
K_U03	rozpoznaje, wykorzystuje i analizuje teksty historiograficzne, teksty źródłowe, teksty kultury o pogłębionym stopniu trudności. W usystematyzowanej formie prezentuje efekty swojej pracy zarówno samodzielnie, a także jako członek zespołu, z zastosowaniem różnorodnych, nowoczesnych metod i technik, w tym metod statystycznych i za pomocą samodzielnie opracowanych baz danych.	P7U_U, P7S_UW
K_U04	z wykorzystaniem pogłębionych metod organizuje projekty biznesowe związane z promocją unikatowego dziedzictwa kulturowego, w tym przekazuje i popularyzuje wiedzę o regionalnym dziedzictwie historycznym i kulturowym. Potrafi przekazywać i propagować w środowisku lokalnym pogłębioną wiedzę z zakresu historii i kultury, kierując pracą zespołu.	P7U_U, P7S_UW
K_U05	komunikuje się w wybranym języku nowożytnym na poziomie B2+ z zastosowaniem podstawowej terminologii właściwej dla nauk historycznych oraz dziedzictwa kulturowego. Tłumaczy i objaśnia z wykorzystaniem słownika teksty branżowe w języku hiszpańskim/lub włoskim/lub francuskim.	P7U_U, P7S_UW
K_U06	w sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediiów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie. Potrafi ocenić, selekcjonować, opracować i przedstawić uzyskane tą drogą informacje, wykorzystując różnorodne narzędzia.	P7U_U, P7S_UW
K_U07	samodzielnie zdobywa wiedzę, rozwija umiejętności badawcze pod kierunkiem opiekuna naukowego (promotora dysertacji, tutora kierunkowego) oraz planuje własne uczenie się przez całe życie.	P7U_U, P7S_UW
K_U08	jest zdolny kreować innowacyjną ofertę opartą o dziedzictwo kulturowe, posiada umiejętność identyfikowania potrzeb odbiorców w zakresie biznesowym oraz funkcjonowania instytucji kultury i umie wykorzystać różne metody promocji oferty.	P7U_U, P7S_UW
K_U09	prowadzi grupy turystyczne krajowe i zagraniczne w przestrzeni muzealnej. Przekazuje i popularyzuje wiedzę o dziedzictwie historycznym i kulturowym Europy, Polski i regionu.	P7U_U, P7S_UW
K_U10	Potrafi wykorzystywać nowe technologie, w tym możliwości sztucznej inteligencji w działaniach na rzecz ochrony, opracowywania, popularyzacji i promocji elementów dziedzictwa kulturowego	

Kompetencje społeczne

Absolwent/ka

Kod	Treść	PRK
K_K01	jest gotów do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych, respektując zasady etyki ogólnej, branżowej i naukowej i ma świadomość efektywności działań podejmowanych w oparciu o rzetelne źródła informacji. Jest gotów przestrzegać norm etycznych i zasad organizacji ruchu turystycznego na obszarach zróżnicowanych etnicznie, religijnie i kulturowo.	P7U_K, P7S_KR
K_K02	aktywnie uczestniczy w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury i rozwoju turystyki zrównoważonej.	P7U_K, P7S_KR
K_K03	jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym i jest gotów współpracować z podmiotami branży turystycznej i instytucjami kultury w oparciu o te zasady.	P7U_K, P7S_KR

Matryca pokrycia efektów uczenia się - wersja rozszerzona

2026/27/N/M/HA/BWD/all

Przedmiot	Specjalność	Obligatoryjność	Semestr	Efekty
Metodyka tworzenia biznesplanu		O	1s	K_W05, K_W07, K_U01, K_U04, K_K01, K_K02, K_K03,
Metodyka pracy badawczej		F	1s i 2s	K_W05, K_W06, K_W08, K_U02, K_U03, K_U06, K_K01,
Pamiętki i reprodukcje. Dzieła sztuki w obiegu komercyjnym		F	1s	K_W01, K_W07, K_W09, K_U03, K_U06, K_U07, K_K02,
Potencjał biznesowy dziedzictwa postindustrialnego		F	1s	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_U04, K_U08, K_K01,
Metodyka zarządzania zasobami odziedziczonymi		F	1s	K_W02, K_W03, K_W06, K_W09, K_U01, K_U02, K_U04, K_K03,
Kultura ludowa w przemyśle kreatywnym		F	1s	K_W01, K_W07, K_W08, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03,
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego na świecie		F	1s	K_W01, K_W02, K_W03, K_U04, K_U08, K_K01,
Metodyka zarządzania instytucją kultury		F	1s	K_W06, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_U06, K_K01,
Analiza i profesjonalne opracowywanie danych		F	1s	K_W05, K_W06, K_W08, K_U02, K_U03, K_U06, K_K01,
Polski design – świadomość marki i potencjał marketingowy		O	1s	K_W01, K_W02, K_W05, K_U03, K_U04, K_K02,
Dziedzictwo w turystyce – nowe trendy		O	1s	K_W01, K_W03, K_W05, K_W07, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K03,
Współpraca muzeów z otoczeniem gospodarczym		O	1s	K_W02, K_W03, K_W05, K_W06, K_U01, K_U02, K_U04, K_K01, K_K02,
Zagospodarowanie obiektów zabytkowych – hotelarstwo		O	1s	K_W01, K_W03, K_W06, K_U04, K_U08, K_K02,
Podstawy zakładania działalności gospodarczej		O	1s	K_W05, K_W06, K_W07, K_U01, K_U04, K_K01,
Język obcy dla celów akademickich B2+		O	1s	K_W08, K_U03, K_K01, K_K02,
Szkolenie BHK		O	1s	
Szkolenie biblioteczne (niewypełniony)		O	1s	
Zagospodarowanie obiektów zabytkowych - gastronomia		O	2s	K_W02, K_W04, K_U03, K_U04, K_K01, K_K03,
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 1		F	2s	K_W08, K_U05, K_K01,

Przedmiot	Specjalność	Obligatoryjność	Semestr	Efekty
Kreowanie marki terytorialnej w oparciu o zasoby dziedzictwa		O	2s	K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_K01, K_K02,
biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego		F	2s	K_W01, K_W03, K_W05, K_W08, K_W09, K_U06, K_U08, K_K01,
Potencjał biznesowy dziedzictwa kulturowego Śląska		F	2s	K_W01, K_W05, K_W07, K_W09, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K03,
Komercyjne wykorzystanie dziedzictwa kulturowego średniowiecza		F	2s	K_W01, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_U01, K_U08, K_K01,
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego starożytności		F	2s	K_W01, K_W02, K_W05, K_U02, K_U08, K_K01,
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Hiszpania		F	2s	K_W01, K_W04, K_U06, K_K03,
szlakiem polskich muzeów		F	2s	K_W01, K_W03, K_W06, K_U01, K_U08, K_U09, K_K03,
Turystyka prozdrowotna na kanwie dziedzictwa kulturowego		O	2s	K_W01, K_W05, K_W06, K_W07, K_U04, K_U08, K_K01,
Analiza i opracowywanie danych		F	2s	K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_K01,
Dziedzictwo średniowiecza w tworzeniu produktów komercyjnych		F	2s	K_W02, K_W03, K_W04, K_W06, K_W07, K_W08, K_W09, K_U01, K_U02, K_U04, K_U08, K_K02, K_K03,
Dziedzictwo starożytności w tworzeniu produktów komercyjnych		F	2s	K_W01, K_W02, K_W05, K_W07, K_U01, K_U08, K_U09, K_K01,
Śląsk jako region turystyczny		F	2s	K_W01, K_W05, K_W06, K_W09, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K03,
Podstawy prowadzenia polityki rachunkowej w ekonomii dziedzictwa		O	2s	K_W01, K_W03, K_W06, K_W07, K_U02, K_U04, K_U08, K_K01,
Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych w sektorze dziedzictwa kulturowego i turystyki		O	2s	K_W05, K_W06, K_U01, K_U04, K_K01,
Praktyka zawodowa w placówce zarządzania, promocji, ochrony bądź zarządzania dziedzictwem kulturowym (np. muzeum, miejsce pamięci, firma turystyczna, centra kultury i promocji urzędów w samorządach lokalnych itp.)		O	2s	K_W01, K_W03, K_W04, K_W06, K_W08, K_U02, K_U04, K_U06, K_K01,
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 2		F	3s	K_W08, K_U03, K_U05, K_U07, K_K01,
Dziedzictwo prekolumbijskie – potencjał biznesowy		F	3s	K_W01, K_W04, K_W05, K_W09, K_U02, K_U03, K_U08, K_K03,
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Włochy		F	3s	K_W01, K_W09, K_U03, K_K03,
Wykorzystanie dziedzictwa kulturowego w turystyce biznesowej i incentive		O	3s	K_W02, K_W05, K_W07, K_W08, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_K01,

Przedmiot	Specjalność	Obligatoryjność	Semestr	Efekty
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XIX wieku		F	3s	K_W01, K_W02, K_W05, K_U04, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03,
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego nowożytności		F	3s	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_K01, K_K02, K_K03,
Dziedzictwo XIX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych		F	3s	K_W01, K_W02, K_W05, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01,
Nowoczesne wykorzystanie historii i kultury dworskiej		F	3s	K_W01, K_W05, K_W07, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01,
Dziedzictwo epoki nowożytnej w tworzeniu produktów komercyjnych		F	3s	K_W01, K_W02, K_W05, K_W09, K_U04, K_U08, K_K01,
Podstawy e-marketingu i public relations w turystyce kulturowej		O	3s	K_W02, K_W06, K_U01, K_U02, K_U03, K_K01,
Metodyka opracowywania danych, informacja biznesowa i wywiad rynkowy		O	3s	K_W05, K_U02, K_U03, K_U06, K_K01,
Dziedzictwo kulturowe jako czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego		O	3s	K_W01, K_W07, K_W08, K_W09, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03,
Kreowanie marki osobistej		O	3s	K_W05, K_W07, K_U02, K_U08, K_K01,
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 3		F	4s	K_W08, K_U04, K_U05, K_K01, K_K03,
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XX wieku		F	4s	K_W01, K_W02, K_W04, K_W05, K_W06, K_U01, K_U02, K_U03, K_U07, K_U08, K_K01, K_K02, K_K03,
Social media w promocji dziedzictwa		O	4s	K_W05, K_W07, K_W08, K_U06, K_U08, K_K01,
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Francja		F	4s	K_W08, K_U06, K_K01,
Sztuczna inteligencja w pracy z dziedzictwem kulturowym		F	4s	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W06, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U08, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03,
Objazd zabytkoznawczy – nowoczesna promocja dziedzictwa		F	4s	K_W01, K_W04, K_W05, K_W07, K_W09, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K03,
Dziedzictwo XX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych		F	4s	K_W02, K_W04, K_W05, K_W07, K_U04, K_U08, K_K01,
Objazd zabytkoznawczy – dziedzictwo w turystyce		F	4s	K_W04, K_W08, K_W09, K_U04, K_U06, K_U08, K_U09, K_K02, K_K03,
Nowe technologie w pracy z dziedzictwem kulturowym		F	4s	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W06, K_U03, K_U04, K_U06, K_U08, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03,
Biznesowy potencjał funkcjonowania galerii sztuki		O	4s	K_W01, K_W07, K_W08, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03,

Przedmiot	Specjalność	Obligatoryjność	Semestr	Efekty
Ekonomiczny potencjał digitalizacji dziedzictwa		O	4s	K_W01, K_W07, K_W08, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03,
Profesjonalne systemy rezerwacyjne		O	4s	K_W05, K_W07, K_W08, K_U01, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01,
Egzamin dyplomowy (niewypełniony)		O	4s	

Kierunkowe efekty uczenia się

2026/27/N/M/HA/BWD/all

Kod	Treść	Suma - O	Suma - F	Suma
K_W01	zna specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego oraz kierunki badań w tym zakresie.	9	23	32
K_W02	zna pogłębione metody analizy i interpretacji dóbr kultury materialnej i duchowej Europy, Polski i regionu oraz posiada gruntowną wiedzę z zakresu ochrony i funkcjonowania poszczególnych sektorów kultury w różnorodnych podmiotach.	5	14	19
K_W03	w pogłębionym stopniu opanował zasady obowiązujące w zakresie ochrony i wykorzystania dziedzictwa kulturowego. Zna zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej	5	10	15
K_W04	rozumie związki i konteksty odnośnie do wydarzeń i procesów historycznych i ich związku z rozwojem cywilizacyjnym, technicznym, duchowym i kulturowym człowieka, także w odniesieniu do historii regionalnej i lokalnej.	2	8	10
K_W05	dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego. Ma zawansowaną wiedzę pozwalającą na wyszukiwanie, ocenianie, selekcjonowanie, przetwarzanie i udostępnianie dokumentacji, analizę i interpretację źródeł historycznych, oraz innych wytworów cywilizacji i kultury.	13	21	34
K_W06	posiada pogłębioną wiedzę z zakresu działania systemów instytucji branży turystycznej, kulturalnej i muzealnej. Orientuje się w aktualnej ofercie współcześnie działających instytucji kultury, zwłaszcza ośrodków upowszechniających i popularyzujących wiedzę historyczną i związaną z dziedzictwem kulturowym.	9	12	21
K_W07	wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym, ze szczególnym uwzględnieniem elementów turystyki biznesowej, incentive, prozdrowotnej, ofert wyjazdów krótkoterminowych, architektury, etnoturystyki i turystyki muzealnej.	13	10	23
K_W08	rozumie terminologię fachową z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego oraz historii w przynajmniej jednym języku nowożytnym oraz rozumie pojęcia z zakresu dziedzictwa kulturowego w jednym dodatkowym języku nowożytnym (j. hiszpański/lub włoski/lub francuski)	9	12	21

Kod	Treść	Suma - O	Suma - F	Suma
K_W09	zna zróżnicowanie i przykłady dzieł sztuki różnych epok, zna fachową terminologię w tym zakresie, rozumie związki i konteksty odnośnie do wydarzeń i procesów historycznych oraz powiązania ich z rozwojem sztuki.	1	11	12
K_U01	ma umiejętności konieczne do samodzielnego prowadzenia działalności gospodarczej w branży związanej z wykorzystaniem dziedzictwa kulturowego oraz w sektorze ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego.	6	7	13
K_U02	rozwiązuje złożone problemy z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego, analizuje, wdraża i prezentuje wyniki, wykorzystując najnowsze metody selekcji i opracowania danych. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie zarówno w mowie jak i w piśmie profesjonalne terminy branżowe.	7	12	19
K_U03	rozpoznaje, wykorzystuje i analizuje teksty historiograficzne, teksty źródłowe, teksty kultury o pogłębionym stopniu trudności. W usystematyzowanej formie prezentuje efekty swojej pracy zarówno samodzielnie, a także jako członek zespołu, z zastosowaniem różnorodnych, nowoczesnych metod i technik, w tym metod statystycznych i za pomocą samodzielnie opracowanych baz danych.	9	13	22
K_U04	z wykorzystaniem pogłębionych metod organizuje projekty biznesowe związane z promocją unikatowego dziedzictwa kulturowego, w tym przekazuje i popularyzuje wiedzę o regionalnym dziedzictwie historycznym i kulturowym. Potrafi przekazywać i propagować w środowisku lokalnym pogłębioną wiedzę z zakresu historii i kultury, kierując pracą zespołu.	14	17	31
K_U05	komunikuje się w wybranym języku nowożytnym na poziomie B2+ z zastosowaniem podstawowej terminologii właściwej dla nauk historycznych oraz dziedzictwa kulturowego. Tłumaczy i objaśnia z wykorzystaniem słownika teksty branżowe w języku hiszpańskim/lub włoskim/lub francuskim.	2	3	5
K_U06	w sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie. Potrafi ocenić, selekcjonować, opracować i przedstawić uzyskane tą drogą informacje, wykorzystując różnorodne narzędzia.	10	18	28
K_U07	samodzielnie zdobywa wiedzę, rozwija umiejętności badawcze pod kierunkiem opiekuna naukowego (promotora dysertacji, tutora kierunkowego) oraz planuje własne uczenie się przez całe życie.	0	5	5
K_U08	jest zdolny kreować innowacyjną ofertę opartą o dziedzictwo kulturowe, posiada umiejętność identyfikowania potrzeb odbiorców w zakresie biznesowym oraz funkcjonowania instytucji kultury i umie wykorzystać różne metody promocji oferty.	8	20	28
K_U09	prowadzi grupy turystyczne krajowe i zagraniczne w przestrzeni muzealnej. Przekazuje i popularyzuje wiedzę o dziedzictwie historycznym i kulturowym Europy, Polski i regionu.	0	4	4
K_U10	Potrafi wykorzystywać nowe technologie, w tym możliwości sztucznej inteligencji w działaniach na rzecz ochrony, opracowywania, popularyzacji i promocji elementów dziedzictwa kulturowego	0	2	2
K_K01	jest gotów do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych, respektując zasady etyki ogólnej, branżowej i naukowej i ma świadomość efektywności działań podejmowanych w oparciu o rzetelne źródła informacji. Jest gotów przestrzegać norm etycznych i zasad organizacji ruchu turystycznego na obszarach zróżnicowanych etnicznie, religijnie i kulturowo.	17	23	40
K_K02	aktywnie uczestniczy w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury i rozwoju turystyki zrównoważonej.	9	12	21

Kod	Treść	Suma - O	Suma - F	Suma
K_K03	jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym i jest gotów współpracować z podmiotami branży turystycznej i instytucjami kultury w oparciu o te zasady.	6	17	23

Matryca pokrycia efektów

Efekty uczenia się standardu

Matryca kierunkowych efektów uczenia się w odniesieniu do form zajęć i sposobu zaliczenia, które pozwalają na ich uzyskanie

Kierunek: Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie

2026/27/N/M/HA/BWD/all

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Metodyka tworzenia biznesplanu	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W05, K_W07, K_U01, K_U04, K_K01, K_K02, K_K03
Metodyka pracy badawczej	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Prezentacja, Aktywność, Wyniki badań	K_W05, K_W06, K_W08, K_U02, K_U03, K_U06, K_K01
Pamiętki i reprodukcje. Dzieła sztuki w obiegu komercyjnym	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność, Zajęcia terenowe	K_W01, K_W07, K_W09, K_U03, K_U07, K_U06, K_K02
Potencjał biznesowy dziedzictwa postindustrialnego	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_U04, K_U08, K_K01
Metodyka zarządzania zasobami odziedziczonymi	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność	K_W03, K_W09, K_W02, K_W06, K_U01, K_U02, K_U04, K_K03
Kultura ludowa w przemyśle kreatywnym	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Prezentacja, Case study / Studium przypadku, Aktywność, Zajęcia terenowe	K_W01, K_W07, K_W08, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego na świecie	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Aktywność	K_W01, K_W02, K_W03, K_U04, K_U08, K_K01
Metodyka zarządzania instytucją kultury	Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność, Praca pisemna (esej)	K_W06, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_U06, K_K01
Analiza i profesjonalne opracowywanie danych	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność	K_W05, K_W06, K_W08, K_U02, K_U03, K_U06, K_K01
Polski design – świadomość marki i potencjał marketingowy	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin pisemny, Projekt indywidualny, Ćwiczenia praktyczne	K_W01, K_W02, K_W05, K_U04, K_U03, K_K02

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Dziedzictwo w turystyce – nowe trendy	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin pisemny, Aktywność, Projekt grupowy, Prezentacja	K_W01, K_W03, K_W05, K_W07, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K03
Współpraca muzeów z otoczeniem gospodarczym	Wykład	Aktywność	K_W03, K_W05, K_W06, K_W02, K_U01, K_U02, K_U04, K_K01, K_K02
Zagospodarowanie obiektów zabytkowych – hotelarstwo	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin ustny, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Aktywność	K_W01, K_W03, K_W06, K_U08, K_U04, K_K02
Podstawy zakładania działalności gospodarczej	Wykład	Aktywność, Udział w dyskusji	K_W05, K_W06, K_W07, K_U01, K_U04, K_K01
Język obcy dla celów akademickich B2+	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność	K_W08, K_U03, K_K01, K_K02
Szkolenie BHK	E-learning	Prezentacja	OWI_W01
Szkolenie biblioteczne (niewypełniony)	E-learning		
Zagospodarowanie obiektów zabytkowych - gastronomia	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność, Projekt grupowy	K_W02, K_W04, K_U04, K_U03, K_K01, K_K03
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 1	Ćwiczenia konwersatoryjne	Zaliczenie pisemne, Test, Projekt indywidualny, Projekt grupowy	K_W08, K_U05, K_K01
Kreowanie marki terytorialnej w oparciu o zasoby dziedzictwa	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin pisemny, Aktywność	K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_K01, K_K02
biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Zaliczenie pisemne, Projekt indywidualny	K_W01, K_W03, K_W05, K_W08, K_W09, K_U06, K_U08, K_K01
Potencjał biznesowy dziedzictwa kulturowego Śląska	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność	K_W01, K_W05, K_W07, K_W09, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K03
Komercyjne wykorzystanie dziedzictwa kulturowego średniowiecza	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność, Zajęcia terenowe	K_W01, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_U08, K_U01, K_K01
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego starożytności	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Udział w dyskusji	K_W01, K_W02, K_W05, K_U02, K_U08, K_K01
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Hiszpania	Ćwiczenia konwersatoryjne	Zaliczenie pisemne, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Prezentacja	K_W01, K_W04, K_U06, K_K03

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
szlakiem polskich muzeów	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność, Udział w dyskusji, Projekt indywidualny	K_W01, K_W03, K_W06, K_U01, K_U09, K_U08, K_K03
Turystyka prozdrowotna na kanwie dziedzictwa kulturowego	Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin praktyczny, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Aktywność	K_W01, K_W05, K_W07, K_W06, K_U04, K_U08, K_K01
Analiza i opracowywanie danych	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność	K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_K01
Dziedzictwo średniowiecza w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy	K_W02, K_W03, K_W07, K_W08, K_W04, K_W09, K_W06, K_U02, K_U04, K_U08, K_U01, K_K02, K_K03
Dziedzictwo starożytności w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W01, K_W02, K_W05, K_W07, K_U01, K_U08, K_U09, K_K01
Śląsk jako region turystyczny	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Udział w dyskusji	K_W01, K_W09, K_W05, K_W06, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K03
Podstawy prowadzenia polityki rachunkowej w ekonomii dziedzictwa	Wykład	Aktywność, Udział w dyskusji	K_W01, K_W03, K_W06, K_W07, K_U02, K_U04, K_U08, K_K01
Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych w sektorze dziedzictwa kulturowego i turystyki	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Aktywność, Udział w dyskusji, Egzamin, Referat, Prezentacja	K_W05, K_W06, K_U01, K_U04, K_K01
Praktyka zawodowa w placówce zarządzania, promocji, ochrony bądź zarządzania dziedzictwem kulturowym (np. muzeum, miejsce pamięci, firma turystyczna, centra kultury i promocji urzędów w samorządach lokalnych itp.)	Praktyka zawodowa	Raport	K_W01, K_W03, K_W06, K_W04, K_W08, K_U02, K_U04, K_U06, K_K01
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 2	Ćwiczenia konwersatoryjne	Sprawdzian, Test, Projekt indywidualny, Prezentacja, Aktywność, Udział w dyskusji, Gry dydaktyczne	K_W08, K_U05, K_U03, K_U07, K_K01
Dziedzictwo prekolumbijskie – potencjał biznesowy	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W01, K_W04, K_W05, K_W09, K_U02, K_U03, K_U08, K_K03
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Włochy	Ćwiczenia konwersatoryjne	Zaliczenie pisemne, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Prezentacja	K_W01, K_W09, K_U03, K_K03

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Wykorzystanie dziedzictwa kulturowego w turystyce biznesowej i incentive	Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin ustny	K_W05, K_W07, K_W02, K_W08, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_K01
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XIX wieku	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Prezentacja, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W01, K_W05, K_W02, K_U04, K_U06, K_U08, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego nowożytności	Ćwiczenia audytoryjne	Zaliczenie pisemne, Projekt indywidualny, Projekt grupowy	K_W02, K_W01, K_W03, K_W05, K_U02, K_U04, K_U03, K_U06, K_K01, K_K02, K_K03
Dziedzictwo XIX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W01, K_W02, K_W05, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01
Nowoczesne wykorzystanie historii i kultury dworskiej	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy	K_W01, K_W05, K_W07, K_U02, K_U03, K_U07, K_K01
Dziedzictwo epoki nowożytnej w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność	K_W01, K_W09, K_W02, K_W05, K_U04, K_U08, K_K01
Podstawy e-marketingu i public relations w turystyce kulturowej	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin, Projekt grupowy, Referat, Prezentacja, Case study / Studium przypadku, Udział w dyskusji, Zajęcia terenowe	K_W02, K_W06, K_U01, K_U02, K_U03, K_K01
Metodyka opracowywania danych, informacja biznesowa i wywiad rynkowy	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność, Projekt indywidualny	K_W05, K_U02, K_U06, K_U03, K_K01
Dziedzictwo kulturowe jako czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin pisemny, Projekt grupowy, Referat, Prezentacja	K_W01, K_W07, K_W08, K_W09, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03
Kreowanie marki osobistej	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Prezentacja, Aktywność	K_W05, K_W07, K_U02, K_U08, K_K01
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 3	Ćwiczenia konwersatoryjne	Egzamin pisemny, Sprawdzian, Projekt indywidualny, Aktywność	K_W08, K_U04, K_U05, K_K01, K_K03
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XX wieku	Ćwiczenia audytoryjne	Referat, Prezentacja, Udział w dyskusji, Ćwiczenia praktyczne	K_W02, K_W04, K_W05, K_W06, K_W01, K_U02, K_U07, K_U08, K_U01, K_U03, K_K01, K_K02, K_K03
Social media w promocji dziedzictwa	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W05, K_W07, K_W08, K_U06, K_U08, K_K01
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Francja	Ćwiczenia konwersatoryjne	Zaliczenie pisemne	K_W08, K_U06, K_K01

Nazwa modułu zajęć	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć	Odniesienia do KEU
Sztuczna inteligencja w pracy z dziedzictwem kulturowym	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność	K_W01, K_W05, K_W06, K_W02, K_W03, K_U06, K_U10, K_U02, K_U03, K_U04, K_U08, K_K01, K_K02, K_K03
Objazd zabytkoznawczy - nowoczesna promocja dziedzictwa	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność	K_W04, K_W05, K_W07, K_W01, K_W09, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K03
Dziedzictwo XX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W04, K_W07, K_W02, K_W05, K_U04, K_U08, K_K01
Objazd zabytkoznawczy - dziedzictwo w turystyce	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Aktywność	K_W04, K_W08, K_W09, K_U04, K_U06, K_U08, K_U09, K_K02, K_K03
Nowe technologie w pracy z dziedzictwem kulturowym	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt grupowy, Aktywność	K_W01, K_W05, K_W06, K_W02, K_W03, K_U06, K_U10, K_U04, K_U08, K_U03, K_K01, K_K02, K_K03
Biznesowy potencjał funkcjonowania galerii sztuki	Wykład, Ćwiczenia audytoryjne	Egzamin pisemny, Zaliczenie pisemne, Aktywność	K_W01, K_W07, K_W08, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03
Ekonomiczny potencjał digitalizacji dziedzictwa	Ćwiczenia audytoryjne	Referat, Aktywność, Udział w dyskusji	K_W01, K_W07, K_W08, K_U03, K_U06, K_K02, K_K03
Profesjonalne systemy rezerwacyjne	Ćwiczenia audytoryjne	Projekt indywidualny, Udział w dyskusji	K_W05, K_W08, K_W07, K_U01, K_U06, K_U04, K_U08, K_K01
Egzamin dyplomowy (niewypełniony)	Egzamin dyplomowy		

Plan studiów

Semestr 1

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Metodyka tworzenia biznesplanu	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowy
Polski design – świadomość marki i potencjał marketingowy	Wykład: 5, Egzamin na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 5, Zaliczenie bez oceny	4	Obowiązkowy
Dziedzictwo w turystyce – nowe trendy	Wykład: 5, Egzamin na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	4	Obowiązkowy
Współpraca muzeów z otoczeniem gospodarczym	Wykład: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Obowiązkowy
Zagospodarowanie obiektów zabytkowych – hotelarstwo	Wykład: 5, Egzamin na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 5, Zaliczenie bez oceny	4	Obowiązkowy
Podstawy zakładania działalności gospodarczej	Wykład: 10, Zaliczenie bez oceny	1	Obowiązkowy
Kurs do wyboru 1	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowa grupa
Metodyka pracy badawczej	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Analiza i profesjonalne opracowywanie danych	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Kurs do wyboru 2	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Obowiązkowa grupa
Pamiętki i reprodukcje. Dzieła sztuki w obiegu komercyjnym	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Fakultatywny
Kultura ludowa w przemyśle kreatywnym	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Fakultatywny
Kurs do wyboru 3	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowa grupa
Potencjał biznesowy dziedzictwa postindustrialnego	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego na świecie	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Kurs do wyboru 4	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowa grupa
Metodyka zarządzania zasobami odziedziczonymi	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Metodyka zarządzania instytucją kultury	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Język obcy dla celów akademickich B2+	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	1	Obowiązkowy
Szkolenie BHK	E-learning: 4, Zaliczenie bez oceny; w tym zajęcia zdalne: • E-learning z odtworzenia: 4	0	Obowiązkowy
Szkolenie biblioteczne	E-learning: 2, Zaliczenie bez oceny; w tym zajęcia zdalne: • E-learning z odtworzenia: 2	0	Obowiązkowy
Suma	131		30

Semestr 2

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Zagospodarowanie obiektów zabytkowych - gastronomia	Wykład: 5, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Obowiązkowy
Kreowanie marki terytorialnej w oparciu o zasoby dziedzictwa	Wykład: 5, Egzamin na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Obowiązkowy
Turystyka prozdrowotna na kanwie dziedzictwa kulturowego	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Egzamin na ocenę	3	Obowiązkowy
Podstawy prowadzenia polityki rachunkowej w ekonomii dziedzictwa	Wykład: 10, Zaliczenie bez oceny	1	Obowiązkowy
Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych w sektorze dziedzictwa kulturowego i turystyki	Wykład: 10, Egzamin na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Obowiązkowy
Kurs do wyboru 5	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowa grupa
Metodyka pracy badawczej	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Analiza i opracowywanie danych	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Kurs do wyboru 6	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowa grupa
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego starożytności	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Dziedzictwo starożytności w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Kurs do wyboru 7	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowa grupa
Komercyjne wykorzystanie dziedzictwa kulturowego średniowiecza	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Dziedzictwo średniowiecza w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Kurs do wyboru 8	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowa grupa
Potencjał biznesowy dziedzictwa kulturowego Śląska	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Śląsk jako region turystyczny	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Kurs do wyboru 9	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowa grupa
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 1	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Hiszpania	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Objazd zabytkoznawczy	Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Obowiązkowa grupa
biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego	Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Fakultatywny
szlakiem polskich muzeów	Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Fakultatywny
Praktyka zawodowa w placówce zarządzania, promocji, ochrony bądź zarządzania dziedzictwem kulturowym (np. muzeum, miejsce pamięci, firma turystyczna, centra kultury i promocji urzędów w samorządach lokalnych itp.)	Praktyka zawodowa: 120, Zaliczenie bez oceny	4	Obowiązkowy
Suma	290		30

Semestr 3

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Wykorzystanie dziedzictwa kulturowego w turystyce biznesowej i incentive	Ćwiczenia audytoryjne: 20, Egzamin na ocenę	3	Obowiązkowy
Podstawy e-marketingu i public relations w turystyce kulturowej	Wykład: 5, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Obowiązkowy
Metodyka opracowywania danych, informacja biznesowa i wywiad rynkowy	Wykład: 5, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Obowiązkowy

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Dziedzictwo kulturowe jako czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego	Wykład: 5, Egzamin na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Obowiązkowy
Kreowanie marki osobistej	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowy
Seminarium magisterskie 1	Seminarium: 15, Zaliczenie na ocenę	4	Obowiązkowa grupa
Kurs do wyboru 10	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowa grupa
Dziedzictwo prekolumbijskie – potencjał biznesowy	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Nowoczesne wykorzystanie historii i kultury dworskiej	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Kurs do wyboru 11	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Obowiązkowa grupa
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego nowożytności	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Dziedzictwo epoki nowożytnej w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Kurs do wyboru 12	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowa grupa
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XIX wieku	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Dziedzictwo XIX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Kurs do wyboru 13	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 2	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Włochy	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Suma	155		30

Semestr 4

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Social media w promocji dziedzictwa	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Obowiązkowy
Biznesowy potencjał funkcjonowania galerii sztuki	Wykład: 5, Egzamin na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3	Obowiązkowy

Zajęcia	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia	Punkty ECTS	Obligatoryjność
Ekonomiczny potencjał digitalizacji dziedzictwa	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Obowiązkowy
Profesjonalne systemy rezerwacyjne	Ćwiczenia audytoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowy
Seminarium magisterskie 2	Seminarium: 15, Zaliczenie na ocenę	4	Obowiązkowa grupa
Kurs do wyboru 14	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowa grupa
Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XX wieku	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Dziedzictwo XX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych	Ćwiczenia audytoryjne: 15, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Kurs do wyboru 15	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	2	Obowiązkowa grupa
Sztuczna inteligencja w pracy z dziedzictwem kulturowym	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Nowe technologie w pracy z dziedzictwem kulturowym	Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie na ocenę	2	Fakultatywny
Kurs do wyboru 16	Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Obowiązkowa grupa
Objazd zabytkoznawczy - nowoczesna promocja dziedzictwa	Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Fakultatywny
Objazd zabytkoznawczy - dziedzictwo w turystyce	Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	2	Fakultatywny
Egzamin dyplomowy	Egzamin dyplomowy: 0, Egzamin na ocenę	8	Obowiązkowy
Kurs do wyboru 17	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 3	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Francja	Ćwiczenia konwersatoryjne: 20, Zaliczenie na ocenę	3	Fakultatywny
Suma	135		30

O - Obowiązkowy
FG - Fakultatywna grupa
F - Fakultatywny
G - Obowiązkowa grupa
OF - Obowiązkowy fakultatywny
OS - Obowiązkowy specjalnościowy

Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie

[II stopnia, studia niestacjonarne]

Efekty uczenia się i treści programowe zajęć

Nazwa zajęć: **Metodyka tworzenia biznesplanu**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student posiada wiedzę z zakresu terminologii biznesu, zakładania i prowadzenia własnej firmy.
2. Student posiada wiedzę na temat przedsiębiorczości z uwzględnieniem warunków ograniczoności zasobów i aspektów prawnych

w zakresie umiejętności:

1. Umiejętność pracy w zespole, planowania przedsięwzięcia biznesowego
2. Umiejętności postrzegania, analizy i interpretacji zagadnień z obszaru przedsiębiorczości w dziedzictwie kulturowym - zjawisk i procesów zachodzących w przedsiębiorstwach społecznych i ich otoczeniu

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Przygotowania biznesplanu w zespole lub samodzielnie we współpracy z innymi specjalistami ekspertami.

Treści programowe dla zajęć:

Terminologia związana z przygotowaniem biznesplanu.

Cele, funkcje oraz struktura biznesplanu.

Metodyka i etapy tworzenia biznesplanów.

Standardowe elementy biznesplanów.

Charakterystyka wybranych modeli biznesowych.

Nazwa zajęć: **Polski design - świadomość marki i potencjał marketingowy**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Posiada wiedzę o głównych elementach historii polskiego designu XX i XXI wieku
2. Zna najważniejsze przykłady twórców i designu XX i XXI wieku w Polsce i za granicą.
3. Posiada wiedzę o sposobach biznesowego wykorzystania designu i rzemiosła artystycznego.

w zakresie umiejętności:

1. Student jest gotowy do przekazywania i popularyzacji wiedzy z zakresu współczesnego designu.
2. Student rozpoznaje, interpretuje i analizuje dzieła z historii designu XX i XXI wieku.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Absolwent dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym, bierze udział w wydarzeniach i wystawach związanych z designem.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia wprowadzające. Design – dla elit czy dla mas?

Historia designu w pigułce.

Designerzy Młodej Polski. Wyjście do muzeum. Galeria Designu polskiego.

Polski design w pierwszej połowie XX wieku. Zajęcia terenowe.

Design w czasach PRL.

Polski design na początku XXI wieku.

Forum Designu – młodzi designerzy i ich projekty (wyjście terenowe).

Design w turystyce.

Potencjał designu w turystyce.

Prezentacja projektów i potencjał marketingowy.

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo w turystyce - nowe trendy**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna najważniejsze zjawiska związane z nowymi trendami w zakresie ochrony oraz promocji dziedzictwa kulturowego oraz przyrodniczego.
2. Student dysponuje rozbudowaną wiedzą na temat najnowszych trendów w zakresie wykorzystania dziedzictwa kulturowego, przede wszystkim przy tworzeniu nowoczesnych produktów turystycznych.
3. Student posiada pogłębioną wiedzę w zakresie współczesnej działalności instytucji branży turystycznej, kulturalnej i muzealnej w zakresie upowszechniania i popularyzacji informacji na temat dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi wykorzystać znajomość najnowszych metod oraz trendów do zaplanowania projektu biznesowego związanego z promocją unikatowego dziedzictwa kulturowego.
2. Student potrafi korzystać z nowych technologii, multimediów oraz zasobów Internetu w zakresie zdobywania wiedzy na temat dziedzictwa oraz tworzenia opartej na dziedzictwie oferty turystycznej.
3. Student potrafi kreować innowacyjną ofertę, opartą o dziedzictwo kulturowe, z uwzględnieniem wiedzy o funkcjonowaniu współczesnych instytucji kultury i z wykorzystaniem najnowszych metod promocji dziedzictwa.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Będąc świadomym zjawisk zachodzących współcześnie w branży turystycznej, student jest przygotowany do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych oraz funkcjonowania w środowisku międzynarodowym oraz wielokulturowym.
2. Posiadając wiedzę oraz kompetencję w zakresie najnowszych trendów oraz rozwiązań w zakresie promowania i ochrony dziedzictwa, student jest w stanie aktywnie uczestniczyć w życiu kulturalnym oraz włączać się w działalność na rzecz ochrony dziedzictwa, a także rozwoju turystyki zrównoważonej.

Treści programowe dla zajęć:

- 1) Paradoxy i problemy współczesnej turystyki (globalizacja, komercjalizacja, regionalizm, poszukiwanie autentyczności oraz genius loci, profil współczesnego turysty kulturowego)
- 2) Dziedzictwo – prawna ochrona i jej zmiany
- 3) Dziedzictwo – rozporządzenia i organizacja systemu ochrony dóbr kultury
- 4) „Dziedzictwo niechciane”
- 5) Turystyka, dziedzictwo a natura
- 1) Nowe formy turystyki religijnej [zajęcia terenowe].
- 2) Współczesna edukacja dzieci i młodzieży w obrębie turystyki dziedzictwa [zajęcia terenowe].
- 3) Wzrost popularności różnych form turystyki kulinarnej [zajęcia terenowe].
- 4) Muzea cyfrowe – dziedzictwo w Internecie.
- 5) Questing – innowacja w zakresie edukacji kulturowej [zajęcia terenowe].
- 6) Innowacyjne formy łączenia promocji dziedzictwa z aktywnością fizyczną.
- 7) Nowe trendy w edukacji muzealnej [3 godz.; zajęcia terenowe].

Nazwa zajęć: **Współpraca muzeów z otoczeniem gospodarczym**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student rozumie wpływ otoczenia gospodarczego muzeów na ich działalność
2. Student rozumie wpływ ekonomiczny muzeów na otoczenie.
3. Student rozróżnia podstawowe segmenty działalności muzeów o charakterze biznesowym.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi uczestniczyć w procesie budowania planu przychodów i kosztów muzeum
2. Student potrafi segmentować rynek usług muzeum.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student rozumie określone elementy działalności muzeów jako element społecznej odpowiedzialności biznesu.

Treści programowe dla zajęć:

Czy muzeum może zarabiać? Podstawy prawne działalności gospodarczej muzeów w świetle Ustawy o Muzeach z 21 listopada 1996 r.

Czy muzeum jest tylko kosztem? Wpływ ekonomiczny muzeów na otoczenie gospodarcze.

W muzeach są piękne wnętrza. Najem, dzierżawa oraz inne formy osiągania korzyści z posiadanej infrastruktury.

Czy over tourism jest zagrożeniem? Muzea a turystyczna działalność biznesowa.

New digital word. Współpraca muzeów z firmami informatycznymi.

Nazwa zajęć: **Zagospodarowanie obiektów zabytkowych - hotelarstwo**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna specyfikę i problematykę adaptacji obiektów zabytkowych na cele użytkowe, ze szczególnym uwzględnieniem hotelarstwa.
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o potencjale obiektów zabytkowych w branży turystycznej.
3. Orientuje się w aktualnej ofercie z zakresu turystyki i hotelarstwa

w zakresie umiejętności:

1. Jest zdolny kreować innowacyjną ofertę opartą o dziedzictwo kulturowe, posiada umiejętność identyfikowania potrzeb odbiorców w zakresie biznesowym oraz funkcjonowania instytucji kultury i umie wykorzystać różne metody promocji oferty.
2. Rozwiązuje złożone problemy z zakresu biznesowego wykorzystania obiektów historycznych. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie zarówno w mowie jak i w piśmie profesjonalne terminy branżowe.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony obiektów zabytkowych i problematyki z tym związanej. Wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne

Adaptacja obiektów zabytkowych do celów użytkowych – wyzwania i szanse.

Hotelarstwo jako sposób na rewitalizację obiektów zabytkowych – wybrane realizacje w Polsce i na świecie I.

Hotelarstwo jako sposób na rewitalizację obiektów zabytkowych – wybrane realizacje w Polsce i na świecie II.

Hotelarstwo w obiektach zabytkowych wobec współczesnych trendów turystyki

Zajęcia wprowadzające.

Wokół adaptacji obiektów zabytkowych na hotele – wiodące projekty zagospodarowania i kontrowersyjne realizacje

Analiza obiektu zabytkowego pod kątem jego wykorzystania na cele hotelowe – zajęcia w terenie.

Społeczne i kulturowe znaczenie hotelarstwa w obiektach zabytkowych

Hotele butikowe jako atrakcja turystyczna

Nazwa zajęć: **Podstawy zakładania działalności gospodarczej**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student posiada podstawową wiedzę na temat aspektów prawnych i kwestii finansowania własnej działalności.
2. Student zna podstawowe aspekty prawa podatkowe i podstawy działalności gospodarczej

w zakresie umiejętności:

1. Student posiada umiejętność stworzenia biznesplanu .
2. Student samodzielnie planuje innowacyjne przedsięwzięcia i usługi .

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student posiada umiejętności komunikacyjne z zakresu komunikacji marketingowej .
2. Student pozytywnie kreuje wizerunek siebie, swoich przedsięwzięć, swojej działalności na tle społeczeństwa.

Treści programowe dla zajęć:

Podstawy przedsiębiorczości.

Podatki w małym przedsiębiorstwie.

Zakładanie działalności gospodarczej.

Planowanie innowacyjnych przedsięwzięć i usług.

Biznesplan - ocena opłacalności działalności gospodarczej.

Komunikacja marketingowa

Nowoczesne metody finansowania działalności gospodarczej.

Nazwa zajęć: **Metodyka pracy badawczej**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Posiada wiedzę dotyczącą podstawowych obszarów badawczych, związanych z biznesowym wykorzystaniem dziedzictwa kulturowego
2. Wie w jaki sposób funkcjonują różnego typu podmioty działające zarówno na rynku obsługi ruchu turystycznego, jak i w sektorze ochrony i promocji dziedzictwa i zna sposoby opracowywania danych wytwarzanych przez te instytucje
3. Zna terminologię fachową z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego w przynajmniej jednym języku nowożytnym

w zakresie umiejętności:

1. Potrafi poprawnie operować terminologią branżową, właściwą dla opracowań z zakresu ochrony, promocji i nowoczesnego wykorzystywania dziedzictwa kulturowego
2. Potrafi prezentować wyniki swoich prac z wykorzystaniem różnorodnych technik wizualizacji, zgodnych z założeniami metodologicznymi
3. Za pomocą nowoczesnych narzędzi potrafi pozyskiwać, opracowywać i wizualizować dane dotyczące opracowywanych zagadnień

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Zna zasady postępowania zgodne z etyką branżową i rozumie konieczność ich przestrzegania, jest też gotów aktywnie działać na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego dla przyszłych pokoleń

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne

Struktura pracy dyplomowej – wymagania

Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego – możliwości badawcze

Źródła informacji – poszukiwanie, wybór, ocena, analiza

Literaturowe bazy danych

Własna baza danych - Mendeley

Ankieta jako źródło pozyskiwania i danych

Narzędzia badawcze w pracy z dziedzictwem kulturowym

Narzędzia AI w poszukiwaniu i opracowywaniu danych

Metody statystyczne w pozyskiwaniu i opracowywaniu danych

Metoda bonitacji punktowej

ASEB/SWOT

Graficzne formy opracowywania danych ((4h)

Zasady opracowywania wyników badań

Nazwa zajęć: **Analiza i profesjonalne opracowywanie danych**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Posiada wiedzę dotyczącą podstawowych obszarów w których można wprowadzać nowe projekty z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego i zna podstawowe zasady przygotowania projektów typu start-up
2. Wie w jaki sposób funkcjonują różnego typu podmioty działające zarówno na rynku obsługi ruchu turystycznego, jak i w sektorze ochrony i promocji dziedzictwa i zna sposoby wykorzystywania danych wytwarzanych przez te instytucje
3. Wie w jaki sposób diagnozować zapotrzebowanie w zakresie wprowadzania innowacyjnych projektów z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego i zna metody opracowania danych, które są pomocne w tworzeniu nowych projektów wykorzystujących zasoby odziedziczone.

w zakresie umiejętności:

1. Potrafi poprawnie operować terminologią branżową, właściwą dla opracowań z zakresu ochrony, promocji i nowoczesnego wykorzystywania dziedzictwa kulturowego
2. Potrafi prezentować wyniki swoich prac, wskazując na praktyczne możliwości wdrożenia przedstawionego projektu
3. Za pomocą nowoczesnych narzędzi potrafi pozyskiwać, opracowywać i wizualizować dane, a także uzasadniać innowacyjność proponowanych rozwiązań

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Zna zasady postępowania zgodne z etyką branżową i rozumie konieczność ich przestrzegania, jest też gotów aktywnie działać na rzecz zachowania i popularyzacji dziedzictwa kulturowego

Treści programowe dla zajęć:

Start up- realia prawne, zasady przygotowywania, potencjał. Idea Lean Canvas

Zdefiniowanie problemu-unikatowość, oryginalność, autentyczność

Zdefiniowanie problemu-unikatowość, oryginalność, autentyczność

Szukanie innowacyjnych rozwiązań - analiza i opracowanie danych

Zdefiniowanie Kanałów i sposobów dotarcia do klientów - analiza i opracowanie danych

Struktura kosztów. Główne koszty operacyjne- analiza i opracowanie danych

Budowanie przewagi konkurencyjnej- czyli co mnie wyróżni i da przewagę rynkową- analiza i opracowanie danych

Pitching Session

Nazwa zajęć: **Pamiętki i reprodukcje. Dzieła sztuki w obiegu komercyjnym**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna zagadnienia z zakresu muzealnictwa i specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego w dobie reprodukcji cyfrowej.
2. Wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem

kulturowym

3. Rozumie terminologię fachową związaną z historią sztuki, niezbędną do przygotowania dokumentacji dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. Samodzielnie zdobywa i systematyzuje wiedzę, a następnie prezentuje ją w sposób uporządkowany przy zastosowaniu nowoczesnych technik pozyskiwania, klasyfikowania i analizowania informacji z zakresu zabytkoznawstwa. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie (za pomocą podstawowej terminologii z zakresu historii sztuki) zmiany stylowe obiektów.

2. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediiów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury, której zasadność potrafi wykazać już na podstawie detalu architektonicznego lub techniki wykonania.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne.

Sposoby budowania wystaw i nowe technologie

Gry komputerowe a muzea

Trójwymiarowe rekonstrukcje

Sztuka ludowa i jej popularyzacja

Dzieło sztuki w dobie reprodukcji technicznej

Wspólnoty wyobrażone

Mnemotechnika i symulakra.

Nazwa zajęć: **Kultura ludowa w przemyśle kreatywnym**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna zagadnienia z zakresu muzealnictwa i specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego w dobie reprodukcji cyfrowej.

2. Wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym.

3. Rozumie terminologię fachową związaną z historią sztuki, niezbędną do przygotowania dokumentacji dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. Samodzielnie zdobywa i systematyzuje wiedzę, a następnie prezentuje ją w sposób uporządkowany przy zastosowaniu nowoczesnych technik pozyskiwania, klasyfikowania i analizowania informacji z zakresu zabytkoznawstwa. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie (za pomocą podstawowej terminologii z zakresu historii sztuki) zmiany stylowe obiektów.

2. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediiów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury, której zasadność potrafi wykazać już na podstawie detalu architektonicznego lub techniki wykonania.

2. Jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Sposoby tworzenia wystaw i nowe technologie.

Muzea typu skansenowskiego a przemysł kreatywny.

Trójwymiarowe rekonstrukcje.

Sztuka ludowa i jej popularyzacja.

Dzieło w dobie reprodukcji masowej.

Wspólnoty wyobrażone (cz. 1).

Wspólnoty wyobrażone (cz. 2).

Mnemotechnika i symulakra.

Nazwa zajęć: **Potencjał biznesowy dziedzictwa postindustrialnego**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student posiada pogłębioną wiedzę na temat procesów zachodzących w XIX i XX wiecznych miastach w Polsce i na Świecie.
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o potencjale obiektów zabytkowych w branży turystycznej. Posiada gruntowną wiedzę z zakresu ochrony i funkcjonowania obiektów postindustrialnych.
3. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach biznesowego wykorzystania dziedzictwa postindustrialnego.

w zakresie umiejętności:

1. Z wykorzystaniem pogłębionych metod przygotowuje wstępną koncepcję projektów biznesowego wykorzystania dziedzictwa postindustrialnego.
2. Jest zdolny kreować innowacyjną ofertę opartą o dziedzictwo postindustrialne, posiada umiejętność identyfikowania potrzeb odbiorców w zakresie biznesowym oraz umie wykorzystać różne metody promocji oferty.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony obiektów zabytkowych i problematyki z tym związanej. Wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne.

Wprowadzenie do dziedzictwa postindustrialnego

Nagrodzone przykłady biznesowego wykorzystania dziedzictwa postindustrialnego

Dziedzictwo postindustrialne Krakowa – szanse i potencjał jego wykorzystania

Analiza obiektu postindustrialnego pod kątem biznesowym

Tworzenie planu wykorzystania i adaptacji obiektu postindustrialnego do celów użytkowych

Nowe życie obiektów poprzemysłowych – case study

Kontrowersje wokół rewitalizacji obiektów poprzemysłowych

Nazwa zajęć: **Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego na świecie**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student posiada pogłębioną wiedzę na temat procesów zachodzących w miastach historycznych w Polsce i na Świecie.
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o potencjale obiektów zabytkowych w kontekście biznesowym. Posiada gruntowną wiedzę dotyczącą wykorzystania dziedzictwa kulturowego w działaniach marketingowych.

w zakresie umiejętności:

1. Z wykorzystaniem pogłębionych metod przygotowuje wstępną koncepcję projektu biznesowego wykorzystującego element dziedzictwa kulturowego.
2. Jest zdolny kreować innowacyjną ofertę opartą o dziedzictwo kulturowe, posiada umiejętność identyfikowania potrzeb odbiorców w zakresie biznesowym oraz umie wykorzystać różne metody promocji oferty.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony obiektów zabytkowych i problematyki z tym związanej. Wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.

Treści programowe dla zajęć:

Globalne modele komercjalizacji dziedzictwa kulturowego.

Technologia i cyfrowe modele biznesowe w dziedzictwie

Marketing dziedzictwa – marki i storytelling .

Światowe modele zarządzania dziedzictwem i muzeami. Przyszłość biznesowych modeli dziedzictwa kulturowego

Dziedzictwo kulturowe jako marka miejsca.

DZIEDZICTWO JAKO DOŚWIADCZENIE. Od zwiedzania do immersji - perspektywa biznesowa.

Marki dziedzictwa: jak powstaje globalna marka kulturowa?

Heritage x AI x NFT: Nowe modele ochrony, interpretacji i monetyzacji dziedzictwa.

Studium przypadków: sukcesy i kontrowersje

Nazwa zajęć: **Metodyka zarządzania zasobami odziedziczonymi**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna podstawy teoretyczne zarządzania procesowego, projektowego i strategicznego w odniesieniu do zasobów odziedziczonych
2. Student rozumie uwarunkowania prawne, ekonomiczne i organizacyjne dotyczące gospodarowania zasobami odziedziczonymi.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi analizować sytuacje związane z zarządzaniem zasobami odziedziczonymi i proponować odpowiednie rozwiązania
2. Student potrafi podejmować decyzje dotyczące utrzymania, podziału i wykorzystania odziedziczonych zasobów w sposób efektywny.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest gotów do odpowiedzialnego podejmowania decyzji dotyczących zarządzania zasobami odziedziczonymi, z uwzględnieniem interesów różnych stron.

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do zarządzania zasobami odziedziczonymi

Podstawy prawne dziedziczenia i własności zasobów kultury

Identyfikacja i wycena zasobów odziedziczonych

Strategie zarządzania zasobami odziedziczonymi

Zarządzanie i ochrona dziedzictwa niematerialnego

Społeczne aspekty zarządzania dziedzictwem

Zrównoważone wykorzystanie dziedzictwa kulturowego

Nazwa zajęć: **Metodyka zarządzania instytucją kultury**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. zna podstawy prawne wyznaczające zasady zarządzania instytucjami kultury.
2. zna podstawy teoretyczne zarządzania procesowego, projektowego i strategicznego w instytucjach kultury.
3. zna podstawy teoretyczne zarządzania finansami, personelem, ryzykiem i jakością w instytucjach kultury

w zakresie umiejętności:

1. potrafi czynnie uczestniczyć w zespołach analizy strategicznej SWOT.
2. potrafi posługiwać się wykresem Gantta.
3. potrafi wyróżniać procesy zarządcze w instytucjach kultury oraz oceniać ryzyka występujące w tych instytucjach.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. wzmacnia swoje kompetencje jako uczestnik pracy w grupie warsztatowej
2. wzmacnia swoje kompetencje „miękkie” w obszarze zarządzania personelem

Treści programowe dla zajęć:

Instytucja kultury – ramy ustawowe działania.

Procesy w instytucji kultury.

Zarządzanie projektami w instytucji kultury.

Zarządzanie strategiczne w instytucji kultury.

Metodyka budowania planu finansowego w Instytucji Kultury.

Ludzie czy zasoby ludzkie w Instytucji Kultury?

Standardy i zarządzanie jakością w Instytucji Kultury.

Zarządzanie ryzykiem w Instytucji Kultury.

Nazwa zajęć: **Język obcy dla celów akademickich B2+**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student rozumie terminologię fachową z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego, turystyki oraz historii w języku angielskim.

w zakresie umiejętności:

1. Student rozpoznaje, wykorzystuje i analizuje teksty naukowe, historiograficzne, teksty źródłowe oraz teksty kultury w języku angielskim. W usystematyzowanej formie prezentuje w języku angielskim efekty swojej pracy zarówno samodzielnie, a także jako członek zespołu, z zastosowaniem różnorodnych, nowoczesnych metod i technik (prezentacja multimedialna).
2. Student komunikuje się w języku angielskim na poziomie B2+ z zastosowaniem podstawowej terminologii właściwej dla nauk historycznych oraz dziedzictwa kulturowego. Tłumaczy i objaśnia z wykorzystaniem słownika teksty branżowe w języku angielskim.
3. Samodzielnie zdobywając wiedzę oraz rozwijając umiejętności badawcze pod kierunkiem opiekuna naukowego (promotora dysertacji, tutora kierunkowego) student potrafi korzystać z anglojęzycznych tekstów naukowych i popularnonaukowych.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest gotów do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych, respektując zasady etyki ogólnej, branżowej i naukowej i ma świadomość efektywności działań podejmowanych w oparciu o rzetelne źródła informacji, w tym anglojęzyczną literaturę naukową i popularnonaukową.
2. Student dąży do aktywnego uczestniczenia w międzynarodowym życiu akademickim i kulturalnym

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do tematu – charakterystyka anglojęzycznej kultury akademickiej

Rodzaje i charakterystyka ustnych wypowiedzi na poziomie akademickim (wykłady, seminaria, udział i prowadzenie dyskusji)

Rodzaje i charakterystyka anglojęzycznych tekstów naukowych – esej, artykuł, streszczenie artykułu

Zwroty, słownictwo oraz struktury leksykalne stosowane w trakcie międzynarodowych konferencji naukowych

Specjalistyczne słownictwo w tekstach naukowych z zakresu turystyki i wiedzy o dziedzictwie

Struktury leksykalne oraz zwroty charakterystyczne dla tekstów akademickich

Przedstawianie projektów zaliczeniowych – prezentacja na wybrany temat naukowy

Nazwa zajęć: **Szkolenie BHK**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. zasady promocji zdrowia i profilaktyki chorób

Treści programowe dla zajęć:

Wybrane regulacje prawne:

- podstawy prawne bezpieczeństwa i higieny kształcenia
- prawa i obowiązki studenta oraz Rektora w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy
- podstawowe zasady bezpieczeństwa obowiązujące studenta podczas zajęć organizowanych przez Uczelnię.

Warunki bezpieczeństwa i higieny kształcenia w pomieszczeniach Uczelni:

- drogi i przejścia
- pomieszczenia Uczelni
- oświetlenie, ogrzewanie, wentylacja
- apteczka pierwszej pomocy
- stanowisko wyposażone w monitor ekranowy.

Czynniki środowiska kształcenia oraz ich zagrożenia i profilaktyka

- czynniki niebezpieczne
- czynniki szkodliwe
- czynniki uciążliwe.

Wypadki, którym mogą ulec studenci w trakcie zajęć organizowanych przez Uczelnię

- zasady postępowania w razie wypadków i w sytuacjach zagrożeń i awarii.

Zasady korzystania z domów studenckich.

Zasady udzielania pierwszej pomocy:

- system ratownictwa medycznego w Polsce
- pierwsza pomoc w aktach prawnych
- łańcuch przeżycia
- bezpieczeństwo ratownika
- ocena stanu poszkodowanego (ABC) i wezwanie pomocy
- pozycja bezpieczna
- resuscytacja krążeniowo-oddechowa
- resuscytacja krążeniowo-oddechowa z wykorzystaniem automatycznego defibrylatora

zewnętrznego AED

- postępowanie w stanach nagłych.

Ochrona przeciwpożarowa

- podstawy prawne ochrony przeciwpożarowej

- obowiązki Uczelni, studentów i doktorantów w zakresie ochrony przeciwpożarowej
- definicja pożaru
- grupy pożarów
- przyczyny pożarów
- sposoby gaszenia pożarów
- podręczny sprzęt gaśniczy – zasady użycia i działania
- zasady zachowania się podczas pożaru
- zasady zachowania się podczas ewakuacji.

Zagrożenia czynnikami biologicznymi w środowisku kształcenia

- środki ochrony indywidualnej przed zagrożeniami biologicznymi
- problemu ochrony środowiska.

Zagrożenia czynnikami chemicznymi w środowisku kształcenia

- środki ochrony indywidualnej przed zagrożeniami chemicznymi.
- problemu ochrony środowiska.

Nazwa zajęć: **Szkolenie biblioteczne**

Nazwa zajęć: **Zagospodarowanie obiektów zabytkowych - gastronomia**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna pogłębione metody analizy i interpretacji dóbr kultury materialnej i duchowej Świata, Polski i regionu z zakresu zagospodarowania obiektów zabytkowych na potrzeby gastronomii
2. Rozumie związki i konteksty odnośnie do wydarzeń i procesów historycznych i ich związku z rozwojem cywilizacyjnym, technicznym, duchowym i kulturowym człowieka, także w odniesieniu do historii regionalnej i lokalnej w kontekście gastronomii.

w zakresie umiejętności:

1. Umie przekazywać i popularyzować wiedzę o zagospodarowaniu obiektów zabytkowych na potrzeby gastronomii.
2. Prezentuje efekty swojej pracy związanej z szeroko pojętą turystyką kulinarną w przejrzystej, usystematyzowanej i przemysłanej formie z zastosowaniem różnorodnych, nowoczesnych metod i technik.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest przygotowany do podjęcia działań w zakresie promowania zagospodarowaniu obiektów zabytkowych na potrzeby gastronomii w oparciu o pozyskaną w trakcie kursu wiedzę.
2. Uznaje i szanuje różnice punktów widzenia determinowane różnym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym.

Treści programowe dla zajęć:

Uwarunkowania prawne zagospodarowania

Konserwatorskie zasady adaptacji

Podstawy działalności gastronomicznej.

Strategie zagospodarowania obiektu zabytkowego na cele gastronomiczne.

Krakowskie przykłady zagospodarowania.

Polskie przykłady zagospodarowania - prezentacje studentów.

Nazwa zajęć: **Kreowanie marki terytorialnej w oparciu o zasoby dziedzictwa**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna pojęcia i terminy z zakresu tworzenia marki terytorialnej i kreowania wizerunku miejsca.
2. Wie, jakiego rodzaju czynniki składają się na proces tworzenia nowoczesnej marki miejsca
3. Ma wiedzę na temat elementów składowych marki terytorialnej, jej tworzenia, formułowania strategii, metod promocji oraz możliwości praktycznego wykorzystania

w zakresie umiejętności:

1. Analizuje elementy składowe przykładowej marki terytorialnej
2. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediiów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie.
3. Potrafi samodzielnie zaproponować koncept marki terytorialnej w oparciu o gotowe wzory i schematy, posługując się przy tym poprawnie w mowie i w piśmie terminologią związaną z dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym wypracowanym w konwencjach i dokumentach UNESCO.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest gotów do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych i respektowania zasad etyki zawodu
2. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury, której zasadność potrafi wykazać zarówno na podstawie wartości dziedzictwa kulturowego jako spuścizny historycznej oraz jako kapitału społecznego.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne- omówienie modelu przygotowania strategii marki miejsca.

Etap pierwszy- diagnoza unikalnego potencjału miejsca

Etap drugi- nowy wizerunek marki terytorialnej

Etap trzeci- opracowanie kompleksowej strategii nowej marki terytorialnej

Etap czwarty- pozycjonowanie marki terytorialnej

Zajęcia organizacyjne.

Strategie marketingowe i komunikacyjne kreowane w oparciu o dziedzictwo (case studies).

Obszarowy produkt turystyczny (case studies).

Obszarowy produkt turystyczny (case studies).

Interesariusze marki terytorialnej.

Nazwa zajęć: **Turystyka prozdrowotna na kanwie dziedzictwa kulturowego**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna specyfikę przedmiotową turystyki zdrowotnej oraz kierunki badań w tym zakresie.
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach promocji dziedzictwa kulturowego poprzez turystykę zdrowotną.
3. Posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu działania systemów instytucji branży turystycznej i orientuje się w aktualnej ofercie branży turystyczno-zdrowotnej.

w zakresie umiejętności:

1. Z wykorzystaniem zaawansowanych metod organizuje imprezy turystyczne związane ze zdrowiem i upowszechnianiem prozdrowotnego stylu życia. Popularyzuje wiedzę o dziedzictwie kulturowym uzdrowisk.
2. Jest zdolny kreować innowacyjną ofertę turystyczną w ramach branży turystyczno-zdrowotnej.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest gotów do odpowiedzialnego i samodzielnego organizowania różnych form turystyki prozdrowotnej, respektując zasady etyki ogólnej, branżowej i naukowej i ma świadomość efektywności działań podejmowanych w oparciu o rzetelne źródła informacji.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Wprowadzenie do turystyki prozdrowotnej.

Profilaktyka zdrowotna w ujęciu praktycznym (profilaktyka codzienna, wyjazdowa)

Trzy elementy zdrowia: ciało, umysł i dusza.

Turystyka prozdrowotna: formy (turystyka uzdrowiskowa, medyczna, turystyka SPA, turystyka wellness, turystyka aktywna), motywy (turystyka zdrowotna jako czynnik utrzymania zdrowia), czynniki rozwoju.

Historyczne uzdrowiska w Polsce jako zasób w obszarze dziedzictwa kulturowego.

Terapia miastem. Wykorzystanie walorów kulturowych w turystyce zdrowotnej.

Miasto-terapia – zajęcia terenowe. Mappowanie terenu i zasobów dziedzictwa kulturowego i architektonicznego. Pierwszy etap tworzenia Ścieżki Zdrowotnej.

Miasto-terapia – zajęcia terenowe. Wyznaczenie punktów na trasie Ścieżki Zdrowotnej. Pogłębiona analiza obiektów.

Miasto-terapia – zajęcia terenowe. Omówienie przebiegu Ścieżki Zdrowia. Pilotaż Ścieżki Zdrowia.

Miejska Ścieżka Zdrowia – projekt promujący dziedzictwo kulturowe oraz zachowania prozdrowotne. Narzędzia i możliwości dofinansowania oraz promocji.

Miejska Ścieżka Zdrowia – projekt identyfikacji wizualnej.

Nazwa zajęć: **Podstawy prowadzenia polityki rachunkowej w ekonomii dziedzictwa**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna źródła prawa regulujące rachunkowość w jednostkach kultury, rozumie zasady tworzenia zakładowego planu kont oraz wie, czym różni się wycena komercyjna od wyceny dóbr kultury.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi sporządzić i znowelizować dokumentację polityki rachunkowości, zaklasyfikować koszty projektu grantowego i ocenić sytuację finansową instytucji.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student ma świadomość odpowiedzialności za prawidłowe gospodarowanie środkami publicznymi i dobrami kultury.

Treści programowe dla zajęć:

Specyfika podmiotów działających w sektorze dziedzictwa (muzea, fundacje, izby pamięci, samorządowe instytucje kultury).

Ustawa o rachunkowości oraz Ustawa o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej.

Tworzenie polityki rachunkowości w instytucji kultury - elementy polityki rachunkowości

Ewidencja środków trwałych – wycena wartości zabytków, obiektów muzealnych oraz ich amortyzacja.

Finansowanie i sprawozdawczość.

Przychody, koszty, sprawozdania finansowe, rachunek zysków i strat.

Nazwa zajęć: **Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych w sektorze dziedzictwa kulturowego i turystyki**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna strukturę i możliwości finansowania kultury i turystyki z funduszy Unii Europejskiej (np. programy regionalne, FEnIKS,

Kreatywna Europa) oraz funduszy krajowych (Programy Ministra).

w zakresie umiejętności:

1. Uczestnik potrafi zdiagnozować potrzeby instytucji, dopasować je do odpowiedniego naboru, stworzyć fiszkę projektową, wypełnić wniosek o dofinansowanie (np. przez System Obsługi Programów) oraz zaplanować budżet.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Zdolność do budowania konsorcjów, sieciowania (networking) oraz uwzględniania aspektów zrównoważonego rozwoju i ekologii w projektach dziedzictwa.

Treści programowe dla zajęć:

Analiza źródeł finansowania.

Fundusze europejskie w perspektywie finansowej 2021–2027 (FEnKS, programy regionalne).

Programy grantowe Unii Europejskiej, w tym Program Kreatywna Europa.

Dotacje krajowe (np. Programy MKiDN) oraz środki samorządowe.

Mechanizmy cross-finansingu i pomoc de minimis w turystyce.

Metodologia pisanie wniosków.

Analiza logiczna projektu (Drzewo celów i problemów).

Tworzenie harmonogramu i wskaźników rezultatu.

Budżetowanie i kwalifikowalność wydatków.

Zarządzanie i rozliczanie projektów.

Prawo zamówień publicznych w projektach kulturalnych.

Promocja i trwałość projektu po zakończeniu dofinansowania.

Narzędzia cyfrowe ułatwiające pracę.

Nazwa zajęć: **Analiza i opracowywanie danych**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Posiada wiedzę dotyczącą podstawowych obszarów w których można wprowadzać nowe projekty z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego i zna podstawowe zasady przygotowania projektów typu start-up

2. Wie w jaki sposób funkcjonują różnego typu podmioty działające zarówno na rynku obsługi ruchu turystycznego, jak i w sektorze ochrony i promocji dziedzictwa i zna sposoby wykorzystywania danych wytwarzanych przez te instytucje

3. Wie w jaki sposób diagnozować zapotrzebowanie w zakresie wprowadzania innowacyjnych projektów z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego i zna metody opracowania danych, które są pomocne w tworzeniu nowych projektów wykorzystujących zasoby odziedziczone.

w zakresie umiejętności:

1. Potrafi poprawnie operować terminologią branżową, właściwą dla opracowań z zakresu ochrony, promocji i nowoczesnego wykorzystywania dziedzictwa kulturowego

2. Potrafi prezentować wyniki swoich prac, wskazując na praktyczne możliwości wdrożenia przedstawionego projektu

3. Za pomocą nowoczesnych narzędzi potrafi pozyskiwać, opracowywać i wizualizować dane, a także uzasadniać innowacyjność proponowanych rozwiązań

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Zna zasady postępowania zgodne z etyką branżową i rozumie konieczność ich przestrzegania, jest też gotów aktywnie działać na rzecz zachowania i popularyzacji dziedzictwa kulturowego

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Czym są „Dobre” i „złe” projekty

Start up- realia prawne, zasady przygotowywania, potencjał. Idea Lean Canvas

Zdefiniowanie problemu-unikatowość, oryginalność, autentyczność

Analiza rynku. Wskazanie obszarów alternatywnych

Definiowanie głównych problemów grupy docelowej. Określenie segmentu klientów

Early adopters: kogo i jak pozyskać- analiza i opracowanie danych

Unikalna propozycja wartości (UVP) - analiza i opracowanie danych

High level concept- czyli kogo warto naśladować - analiza i opracowanie danych

Szukanie innowacyjnych rozwiązań - analiza i opracowanie danych

Zdefiniowanie Kanałów i sposobów dotarcia do klientów - analiza i opracowanie danych

Strumienie przychodów, czyli na czym naprawdę można zarabiać- analiza i opracowanie danych

Struktura kosztów. Główne koszty operacyjne- analiza i opracowanie danych

Budowanie przewagi konkurencyjnej- czyli co mnie wyróżni i da przewagę rynkową- analiza i opracowanie danych

Pitching Session (4h)

Nazwa zajęć: **Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego starożytności**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student posiada pogłębioną wiedzę na temat procesów prowadzących do kształtowania się dziedzictwa starożytnego w Polsce i na Świecie.
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o potencjale obiektów zabytkowych w branży turystycznej. Posiada gruntowną wiedzę z zakresu ochrony i funkcjonowania obiektów dziedzictwa starożytnego.
3. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach biznesowego wykorzystania dziedzictwa kultur starożytnych.

w zakresie umiejętności:

1. Potrafi selekcjonować, analizować i interpretować dane dotyczące dziedzictwa starożytności w biznesie, formułując autonomiczne wnioski i prezentuje wyniki w syntetycznej formie z zastosowaniem terminologii fachowej.
2. Jest zdolny kreować innowacyjną ofertę opartą o dziedzictwo starożytne, posiada umiejętność identyfikowania potrzeb odbiorców w zakresie biznesowym oraz umie wykorzystać różne metody promocji oferty.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony obiektów zabytkowych i problematyki z tym związanej. Wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.

Treści programowe dla zajęć:

Dziedzictwo starożytności – materialne i niematerialne, odkrycia i drogi recepcji

Dziedzictwo starożytnego Bliskiego Wschodu i Egiptu

Dziedzictwo starożytnej Grecji i Rzymu

Dziedzictwo starożytne w Polsce

Analiza biznesowego wykorzystywania dziedzictwa starożytnego na wybranych przykładach

Antyk a popkultura

(De)konstrukcja starożytności

Starożytność - (re)konstrukcja

Zajęcia terenowe

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo starożytności w tworzeniu produktów komercyjnych**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna ważne zjawiska w zakresie kultur starożytnych (szczególnie Bliskiego Wschodu oraz antycznej Grecji oraz Rzymu) omawiane na zajęciach wraz z ich tłem społecznym oraz zachodzącymi w nich zmianami.
2. Student rozumie sposoby wykorzystywania motywów starożytnych w kulturze współczesnej i przemysłach kreatywnych.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi analizować wybrane elementy dziedzictwa starożytnego pod kątem ich potencjału jako inspiracji dla produktów i usług komercyjnych.
2. Student potrafi opracować podstawową koncepcję produktu lub usługi opartej na motywach starożytnych, uwzględniając jej wartość kulturową i rynkową.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest gotów do odpowiedzialnego i świadomego wykorzystywania dziedzictwa starożytności w działaniach komercyjnych, z poszanowaniem jego wartości historycznej.

Treści programowe dla zajęć:

Starożytność, czyli co? – omówienie najważniejszych kultur świata starożytnego

Wybrane kultury starożytnego Bliskiego Wschodu oraz basenu Morza Śródziemnego

Dziedzictwo starożytności jako zasób kulturowy i rynkowy

Mitologia antyczna w kulturze współczesnej

Estetyka starożytności w designie i modzie

Architektura i urbanistyka antyczna jako inspiracja

Dziedzictwo materialne starożytności w turystyce i muzealnictwie

Starożytność w kulturze popularnej

Branding i storytelling oparty na antyku

Etyka i granice komercjalizacji dziedzictwa starożytnego (4h)

Nazwa zajęć: **Komercyjne wykorzystanie dziedzictwa kulturowego średniowiecza**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. zna regulacje prawne normujące postępowanie z dziedzictwem średniowiecza.
2. zna zasady komercyjnego wykorzystania dziedzictwa średniowiecza.
3. zna i wyjaśnia zasady kreowania i popularyzowania produktów turystycznych.

w zakresie umiejętności:

1. Umie posługiwać się przepisami prawa regulującymi postępowanie z dziedzictwem kulturowym oraz specjalistyczną terminologią z tego zakresu
2. Umie wykorzystywać w praktyce metody stosowane w procesie tworzenia produktów turystycznych.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Aktywnie uczestniczy w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury i rozwoju turystyki zrównoważonej

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia wprowadzające. Cel i zakres przedmiotu.

Dziedzictwo średniowiecza – zarys zagadnienia

Formy i uwarunkowania prezentacji średniowiecznego dziedzictwa i jego komercyjnego wykorzystania

Kreowanie produktów turystycznych na bazie dziedzictwa średniowiecza.

4-6. Materialne dziedzictwo średniowiecza i jego komercyjne wykorzystanie:

- a) zabytki (zamek, kościół, zabudowania klasztorne, zabudowania miejskie, zabudowania pałacowe i warowne),
- b) materialne świadectwa przeszłości,
- c) muzea i muzealia,
- d) archiwalia,
- e) zasób biblioteczny,

7-8. Niematerialne dziedzictwo średniowiecza i jego komercyjne wykorzystanie:

- a. tradycja i przekazy ustne,
- b. sztuki widowiskowe i tradycje muzyczne,
- c. tradycje kulinarne,
- d. wiedza i praktyki dotyczące przyrody i wszechświata,

wiedza i umiejętności związane z rzemiosłem tradycyjnym

Dziedzictwo materialne Krakowa i jego komercyjne wykorzystanie – zajęcia terenowe

Prezentacja prac zaliczeniowych studentów.

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo średniowiecza w tworzeniu produktów komercyjnych**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

- 1. W01 – zna regulacje prawne normujące postępowanie z dziedzictwem średniowiecza.
- 2. W02 – zna zasady tworzenia produktów turystycznych na bazie dziedzictwa średniowiecza.
- 3. W03 – ma wiedzę na temat elementów dziedzictwa średniowiecznego (materialnego i niematerialnego).
- 4. W04 – zna i wyjaśnia zasady kreowania i popularyzowania produktów turystycznych.

w zakresie umiejętności:

- 1. U01 – Umie posługiwać się przepisami prawa regulującymi postępowanie z dziedzictwem kulturowym oraz specjalistyczną terminologią z tego zakresu.
- 2. U02 – Umie wykorzystywać w praktyce metody stosowane w procesie tworzenia produktów turystycznych.
- 3. U03 – Potrafi opracować projekt komercyjnego wykorzystania dziedzictwa kulturowego średniowiecza.

w zakresie kompetencji społecznych:

- 1. K01 – Jest gotów do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych, respektując zasady etyki ogólnej, branżowej i naukowej i ma świadomość efektywności działań podejmowanych w oparciu o rzetelne źródła informacji. Jest gotów przestrzegać norm.
- 2. K02 – Aktywnie uczestniczy w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury i rozwoju turystyki zrównoważonej

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia wprowadzające. Cel i zakres przedmiotu.

Dziedzictwo średniowiecza – terminologia, charakterystyka, znaczenie.

Produkt turystyczny i jego tworzenie w oparciu o dziedzictwo średniowiecza.

Formy i uwarunkowania prezentacji średniowiecznego dziedzictwa i jego komercyjnego wykorzystania.

Dziedzictwo materialne i jego wykorzystanie w tworzeniu produktów komercyjnych.

Dziedzictwo niematerialne i jego wykorzystanie w tworzeniu produktów komercyjnych.

Komercyjne wykorzystanie średniowiecznych budowli.

Tworzenie i organizacja średniowiecznych festiwali i jarmarków.

Wykorzystywanie umiejętności i technik związanych z dawnymi zawodami rzemieślniczymi, takimi jak garncarstwo, kowalstwo, tkactwo czy garbarstwo, w tworzeniu produktów komercyjnych.

Projekty turystyczne oparte na średniowiecznych szlakach pielgrzymkowych.

Publikacje związane z tematyką średniowiecza: opracowania dziejów miast/ regionów i sposób prezentacji w nich średniowiecznego dziedzictwa. Tworzenie narzędzi intelektualnych, potrzebnych w pracy nauczycieli, regionalistów, przewodników.

Tworzenie gier planszowych o tematyce średniowiecznej.

Organizacja wydarzeń kulturalnych i artystycznych związanych z tematyką średniowiecza: koncerty, wystawy, przedstawienia teatralne i inne wydarzenia artystyczne.

Formy prezentacji dziedzictwa średniowiecza w muzeach.

Nazwa zajęć: **Potencjał biznesowy dziedzictwa kulturowego Śląska**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna specyfikę historyczną i kulturową Śląska, jak również dawne i współczesne kierunki badań śląskoznawczych w tym zakresie
2. Zna metody analizy oraz interpretacji ukształtowanych na przestrzeni dziejów dóbr kultury materialnej i duchowej Śląska, ze szczególnym uwzględnieniem ich możliwości biznesowego wykorzystania

w zakresie umiejętności:

1. Potrafi samodzielnie pozyskiwać i porządkować dane z zakresu historii Śląska i jego dziedzictwa kulturowego, wykorzystując je w działalności w branży turystycznej
2. Potrafi rozpoznać, poddać analizie oraz profesjonalnie wykorzystać w branży turystycznej charakterystyczne dla Śląska teksty historiograficzne oraz teksty źródłowe

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Aktywnie uczestniczyć w życiu kulturalnym i społecznej aktywności na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego przy jednoczesnym zrozumieniu i szacunku wobec złożonych kontekstów narodowych, etnicznych, językowych i konfesyjnych, charakterystycznych dla dziejów Śląska i jego kultury

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia wprowadzające: jeden Śląsk czy wiele „Śląsków?”

Śląsk jako region historyczny;

Śląsk jako region geograficzny;

Śląsk prahistoryczny i przedpiastowski (do końca X w.);

Śląsk w monarchii piastowskiej (ok. 990-1138);

Śląsk w czasie rozbitcia dzielnicowego (1138-1335);

Śląsk wśród krajów Korony Czeskiej (1335-1526);

Śląsk w rękach Habsburgów (1526-1742);

Śląsk pod panowaniem pruskim (1742-1871) i niemieckim (1871-1945);

Śląsk wielu wyznań.

Nazwa zajęć: **Śląsk jako region turystyczny**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. W01, zna specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego w odniesieniu do Śląska, a także zróżnicowanie i przykłady dzieł sztuki tego regionu.
2. W02, zna sposoby biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego na Śląsku.
3. W03, posiada wiedzę z zakresu działania instytucji branży turystycznej, kulturalnej i muzealnej na Śląsku. Orientuje się w aktualnej ofercie współcześnie działających na terenie Śląska instytucji kultury.

w zakresie umiejętności:

1. U01, potrafi przekazywać i popularyzować wiedzę o regionalnym (śląskim) dziedzictwie historycznym i kulturowym.
2. U02, potrafi korzystać z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu, a także ocenić, selekcjonować, opracować i przedstawić uzyskane tą drogą informacje.
3. U03, potrafi kreować ofertę biznesową opartą o dziedzictwo kulturowe i umie wykorzystać różne metody promocji tej oferty.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. K01, aktywnie uczestniczy w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.
2. K02, posiadając wiedzę na temat złożonej historii kultury Śląska jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym.

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do historii i kultury Śląska

Potencjał turystyczny Górnego Śląska

Potencjał turystyczny Opolszczyzny

Potencjał turystyczny Dolnego Śląska – Wrocław i okolice

Potencjał turystyczny Dolnego Śląska – Sudety

Zajęcia wyjazdowe – Muzeum Śląskie w Katowicach

Nazwa zajęć: **Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 1**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Rozumie podstawową terminologię z zakresu turystyki i dziedzictwa kulturowego w j. hiszpańskim.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi komunikować się w języku hiszpańskim na poziomie podstawowym.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student rozumie potrzebę dalszego doskonalenia kompetencji językowych i ciągłego aktualizowania zasobu obcojęzycznej terminologii branżowej.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Wprowadzenie do języka hiszpańskiego: alfabet, l.poj., l.mn., rodzajniki, liczebniki.

Formy grzecznościowe, zaimki osobowe, czasownik być: ESTAR i SER

Przedstawianie się po hiszpańsku

W kręgu podstawowych pytań i odpowiedzi w języku hiszpańskim (zajęcia podwójne).

Czasowniki regularne. Miasto, architektura, podróż.

Rzeczowniki i przymiotniki. Miasto, architektura, podróż.

Wprowadzenie do geografii Półwyspu Iberyjskiego.

Wstęp do historii Hiszpanii.

Hiszpańska sztuka (zajęcia podwójne)

Wstęp do architektury Hiszpanii.

Kino hiszpańskie (zajęcia podwójne).

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Hiszpania**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Absolwent/ka zna specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego oraz kierunki badań w tym zakresie
2. Absolwent/ka rozumie związki i konteksty odnośnie do wydarzeń i procesów historycznych mających miejsce na Półwyspie Iberyjskim.

w zakresie umiejętności:

1. Absolwent/ka w sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Absolwent/ka jest gotów do szanowania i rozumienia specyfiki kulturowej Hiszpanii

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do dziedzictwa kulturowego Hiszpanii

Architektura i sztuka Hiszpanii

Dziedzictwo regionalne Hiszpanii

Dziedzictwo niematerialne Hiszpanii

Ochrona dziedzictwa kulturowego Hiszpanii

Nazwa zajęć: **biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna zagadnienia z zakresu muzealnictwa i specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego.
2. Wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym.
3. Rozumie terminologię fachową związaną z historią sztuki, niezbędną do przygotowania dokumentacji dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. Samodzielnie zdobywa i systematyzuje wiedzę, a następnie prezentuje ją w sposób uporządkowany przy zastosowaniu nowoczesnych technik pozyskiwania, klasyfikowania i analizowania informacji z zakresu zabytkoznawstwa. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie (za pomocą podstawowej terminologii z zakresu historii sztuki) zmiany stylowe obiektów.
2. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne

Starodruki w archiwach kościelnych jako stymulator zainteresowania turystyką lokalną. Archiwalia i szansa ich wykorzystania w turystyce

Dziedzictwo teatralne w turystyce

Zabytkowe cmentarze – niewykorzystany potencjał?

Figury, kapliczki i krzyże przydrożne ujęte w formę szlaku lub ekomuzeum.

Historia lokalna – między nowatorstwem a powielaniem nużących konceptów.

Historia lokalna w turystyce – studia przypadków

Rzemiosło jako niedostrzeżony potencjał.

Współczesność łącząca się z przeszłością – nowatorskie metody prowadzenia narracji muzealnej.

Zabytek jako kapitał – zagrożenia dla dziedzictwa

Podmiejskie dwory – szansa na rozwój obrzeży?

Legends i klechdy – tworzenie marki, czy kłamstwo na cel sprzedaży dóbr.

Spacery tematyczne i ich atrakcyjność

Dziedzictwo kolei – od dworców po budki dróżnicze. Szansa na zachowanie dziedzictwa.

Podsumowanie i prezentacje prac studentów.

Nazwa zajęć: **szlakiem polskich muzeów**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna wybrane muzea oraz instytucje kultury w regionie Podkarpacia i Małopolski oraz ich najważniejsze zbiory i znaczenie dla dziedzictwa kulturowego Polski.
2. Student rozumie rolę muzeów jako instytucji ochrony, interpretacji i udostępniania dziedzictwa kulturowego w skali regionalnej i krajowej.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi analizować i interpretować wybrane obiekty muzealne w kontekście ich wartości historycznej, artystycznej i kulturowej.
2. Student potrafi atrakcyjną ofertę turystyczną muzeów, uwzględniając ich walory edukacyjne i turystyczne.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student potrafi współpracować w grupie podczas objazdów studyjnych, a także podejmować działania w zakresie dokumentowania oraz popularyzacji dziedzictwa kulturowego.

Treści programowe dla zajęć:

Specyfika objazdów zabytkoznawczych- wprowadzenie

Muzea jako instytucje ochrony dziedzictwa

Dziedzictwo kulturowe Małopolski – wprowadzenie regionalne

Dziedzictwo kulturowe Podkarpacia – wprowadzenie regionalne

Muzea narodowe i państwowe i ich znaczenie

Muzea regionalne i ich rola w budowaniu tożsamości

Muzea etnograficzne – kultura ludowa Małopolski i Podkarpacia

Sztuka Małopolski – interpretacja dzieł i kolekcji

Muzea historyczne – narracje o lokalnej przeszłości

Muzea techniki i przemysłu-Dziedzictwo industrialne regionów południowej Polski.

Muzea skansenowskie i ekspozycje plenerowe-odtworzenie dawnych form życia i architektury.

Jak buduje się narrację muzealną- przykłady terenowe

Edukacja muzealna i interpretacja dziedzictwa- przykłady terenowe

Szlaki kulturowe i turystyka muzealna- przykłady terenowe

Tworzenie tras tematycznych (muzea jako sieć doświadczeń).

Nazwa zajęć: **Praktyka zawodowa w placówce zarządzania, promocji, ochrony bądź zarządzania dziedzictwem kulturowym (np. muzeum, miejsce pamięci, firma turystyczna, centra kultury i promocji urzędów w samorządach lokalnych itp.)**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna zasady organizacji i funkcjonowania instytucji kultury (muzeum, miejsce pamięci, centrum kultury, biuro promocji, firma turystyczna)
2. Student zna regulacje i statuty prawne obowiązujące w instytucjach kultury, w tym prawo o własności intelektualnej i autorskiej oraz biegle posługuje się systemami teleinformatycznymi
3. Student posiada wiedzę fachową z zakresu historii, historii sztuki, socjologii, kultury, itd. oraz biegle włada językami nowożytnymi

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi konstruować nowoczesną ofertę turystyczną i promocyjną, dostosowaną do profilu instytucji kultury
2. Student potrafi analizować dane liczbowe, statystyczne oraz wszystkie te związane z ofertą kulturalną, jak i promocyjną, celem wdrożenia nowych programów do instytucji
3. Student potrafi wykorzystać programy multimedialne, technologie internetowe, itd., celem stworzenia oryginalnej oferty kulturalnej i promocyjnej

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student potrafi pracować indywidualnie oraz w projektach zespołowych i przejmuje odpowiedzialność za wykonaną pracę

Treści programowe dla zajęć:

Praktyka zawodowa w wybranym przez studenta miejscu

Zapoznanie studenta z dokumentacją pracy oraz ofertą przykładowych instytucji kultury (Muzeum Krakowa,, Małopolski Instytut Kultury, Muzeum Narodowe w Krakowie, itd.)

W miejscu praktyk student zapoznaje się z zasadami organizacji instytucji, statutem oraz regulacjami prawnymi.

Uzupełnienie dokumentacji praktyk zawodowych

Przekazanie dokumentacji praktyk zawodowych kierownikowi, podsumowanie i ewaluacja praktyk

Nazwa zajęć: **Wykorzystanie dziedzictwa kulturowego w turystyce biznesowej i incentive**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student opanował fachową terminologię z zakresu turystyki biznesowej i incentive, zna określenia branżowe stosowane w nazewnictwie typów aktywności turystycznych
2. Student posiada wiedzę na temat uwarunkowań kulturowych, historycznych, społecznych, które są podstawą rozwoju turystyki biznesowej i incentive, ze szczególnym uwzględnieniem możliwości wykorzystania dziedzictwa kulturowego
3. Student wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert dla turystyki historycznej, w tym dla turystyki biznesowej i incentive, zna zasady postępowań przetargowych i wie jak skonstruować konkurencyjną ofertę z wykorzystaniem polskojęzycznych i obcojęzycznych materiałów branżowych

w zakresie umiejętności:

1. Posiada umiejętności w zakresie analizowania materiałów branżowych, szczególnie opracowań statystycznych i analitycznych z zakresu turystyki biznesowej
2. Potrafi wartościować i oceniać oferty oraz produkty turystyczne z zakresu turystyki biznesowej, uwzględniając ich nowoczesność, dostosowanie do potrzeb rynkowych i oparcie na rzetelnym wykorzystaniu zasobów lokalnego dziedzictwa kulturowego
3. Umie skonstruować program imprezy turystycznej z zakresu wyjazdów o charakterze biznesowym/incentive z wykorzystaniem nowych technologii i potrafi dokonać poprawnej metodycznie wyceny oferowanych świadczeń

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student rozumie, że praca przedsiębiorcy turystycznego wymaga przestrzegania norm etycznych i jest gotów prowadzić pracę w sektorze usług turystycznych ze świadomością konieczności zachowania unikatowego dziedzictwa kulturowego dla przyszłych pokoleń

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia wprowadzające- podstawowa terminologia

Turystyka biznesowa, turystyka incentive- charakterystyka zjawiska i trendów

Obiekty turystyki biznesowej w strukturze miast historycznych

Nowe trendy w zakresie turystyki biznesowej i incentive na polskim rynku turystycznym; analiza rynku

Turystyka biznesowa w Krakowie – zajęcia terenowe (4h)

Dziedzictwo kulturowe w turystyce biznesowej i incentive. Realizacja idei real life experience tourism; turystyka kulturowa dla grup specjalnych

Dziedzictwo kulinarne jako element turystyki incentive

Partnerzy. Turystyka incentive a współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym

Ogólne zasady postępowania przetargowych w turystyce incentive. Podstawy prawne, realia gospodarcze

Specyfika obsługi ruchu turystycznego w turystyce incentive i biznesowej- ramowy plan oferty przetargowej

Oferta turystyki incentive- kalkulacja produktu

Przygotowanie oferty incentive- realizacja rzeczywistego zlecenia

Prezentacja i ocena projektów dla turystyki incentive (4h)

Nazwa zajęć: **Podstawy e-marketingu i public relations w turystyce kulturowej**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Znajomość zaawansowanych metod e-marketingu i public relations w turystyce i prowadzeniu przedsiębiorstwa turystycznego.
2. Posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu działania systemów instytucji branży turystycznej, kulturalnej i muzealnej, a przy tym orientuje się w aktualnej ofercie współcześnie działających instytucji kultury i przedsiębiorstw turystycznych.

w zakresie umiejętności:

1. Potrafi w zaawansowany sposób obsługiwać ruch turystyczny, mając świadomość występujących na danym terenie przedsiębiorstw turystycznych i instytucji np. kultury.
2. Wykorzystuje wiedzę teoretyczną i analizuje konkurencyjność na danym obszarze, określając na tej podstawie kierunki rozwoju przedsiębiorstwa turystycznego.
3. Samodzielnie zdobywa i systematyzuje zaawansowane informacje. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie profesjonalne terminy branżowe właściwe dla turystyki historycznej i muzealnictwa.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Gotowość do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych, w tym do podnoszenia kompetencji i systematycznego dokształcania się.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. E-marketing i public relations – definiowanie pojęć.

E-marketing i public relations – istota i cele działań w turystyce.

Między walorem a atrakcją turystyczną – czego unikać przy projektowaniu stron internetowych.

Narzędzia e-marketingu w prowadzeniu przedsiębiorstwa turystycznego.

Produkt turystyczny – promotion-mix.

PR w konstruowaniu stron internetowych przedsiębiorstwa turystycznego.

Określanie konkurencyjności obszaru.

Trendy w konstruowaniu stron internetowych.

Kreowanie marki za pomocą dziedzictwa.

Historia jako atut w prowadzeniu przedsiębiorstwa lub lokalnej instytucji kultury.

Nazwa zajęć: **Metodyka opracowywania danych, informacja biznesowa i wywiad rynkowy**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Ma zawansowaną wiedzę pozwalającą na wyszukiwanie, ocenianie, selekcjonowanie, przetwarzanie danych. Zna podstawowe zasady realizacji badań rynkowych i interpretacji źródeł. Wykorzystuje i tworzy narzędzia badawcze do projektowania strategii marketingowej i biznesowej.

w zakresie umiejętności:

1. Student posiada umiejętność wyszukiwania, przetwarzania, analizowania oraz interpretacji danych rynkowych, wykorzystując najnowsze metody selekcji i opracowania danych. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimedialnych i zasobów Internetu do opracowywania wywiadu rynkowego. Potrafi ocenić, selekcjonować, opracować i przedstawić uzyskane tą drogą informacje wykorzystując różnorodne narzędzia.

2. W usystematyzowanej formie prezentuje efekty swojej pracy zarówno samodzielnie, a także jako członek zespołu, z zastosowaniem różnorodnych, nowoczesnych metod, technik i narzędzi badawczych.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Samodzielnie identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga problemy. Ma świadomość efektywności działań podejmowanych w oparciu o rzetelne źródła informacji. Jest gotów krytycznie podejść do napotkanych problemów i poprzez analizę zaproponować warianty rozwiązań.

Treści programowe dla zajęć:

Źródła informacji, zasadność prowadzenia badań rynkowych i marketingowych.

Wprowadzenie do metody Design Thinking w biznesie.

Design Thinking jako narzędzie w biznesie – wymiar praktyczny

Analiza źródeł historycznych – możliwe kierunki interpretacji

Artefakt jako źródło informacji w strategii budowania opowieści

Źródła informacji, polskie i zagraniczne bazy danych, repozytoria cyfrowe.

Narzędzia humanistyki cyfrowej w pracy ze źródłem historycznym (WikiHum, INDXR)

Narzędzia humanistyki cyfrowej w pracy ze źródłem historycznym (GeoHum)

Projektowanie bazy danych dla wybranego regionu (case-study)

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo kulturowe jako czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna zagadnienia z zakresu muzealnictwa i specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego.

2. Wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym.

3. Rozumie terminologię fachową związaną z historią sztuki, niezbędną do przygotowania dokumentacji dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. Samodzielnie zdobywa i systematyzuje wiedzę, a następnie prezentuje ją w sposób uporządkowany przy zastosowaniu nowoczesnych

technik pozyskiwania, klasyfikowania i analizowania informacji z zakresu zabytkoznawstwa. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie (za pomocą podstawowej terminologii z zakresu historii sztuki) zmiany stylowe obiektów.

2. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediiów i zasobów Internetu oraz doskonalą umiejętności w tym zakresie.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury, której zasadność potrafi wykazać już na podstawie detalu architektonicznego lub techniki wykonania.

2. Jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym.

Treści programowe dla zajęć:

Wykłady

1. Zajęcia organizacyjne.
2. Starodruki w archiwach kościelnych jako stymulator zainteresowania turystyką lokalną. Archiwalia i szansa ich wykorzystania w turystyce.
3. Dziedzictwo teatralne w turystyce.
4. Zabytkowe cmentarze – niewykorzystany potencjał?
5. Figury, kapliczki i krzyże przydrożne ujęte w formę szlaku lub ekomuzeum.
6. Historia lokalna – między nowatorstwem a powielaniem nużących konceptów.
7. Historia lokalna w turystyce – studia przypadków.
8. Rzemiosło jako niedostrzeżony potencjał.

Ćwiczenia

1. Współczesność łącząca się z przeszłością – nowatorskie metody prowadzenia narracji muzealnej.
2. Zabytek jako kapitał – zagrożenia dla dziedzictwa.
3. Podmiejskie dwory – szansa na rozwój obrzeży?
4. Legendy i klechdy – tworzenie marki, czy kłamstwo na cel sprzedaży dóbr.
5. Spacery tematyczne i ich atrakcyjność.
6. Dziedzictwo kolei – od dworców po budki dróżnicze. Szansa na zachowanie dziedzictwa.

Podsumowanie i prezentacje studentów.

Nazwa zajęć: **Kreowanie marki osobistej**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna pojęcia i terminy stosowane w marketingu w zakresie marki osobistej i budowania wizerunku.
2. Student wskazuje sposoby budowania marki osobistej i zarządzania nią.

w zakresie umiejętności:

1. Student jest zdolny myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia.
2. Student potrafi tworzyć treści wizualne i językowe związane przeznaczone do publikacji w sieci i spójne z wizerunkiem marki. Student tworzy własną strategię marki osobistej.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest gotów do podejmowania działań promocyjnych w obrębie komunikacji marki.

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do problematyki marki osobistej – czym jest marka osobista i dlaczego ma znaczenie?

Analiza własnych zasobów – wartości, talenty, mocne strony

Narzędzia do budowania marki osobistej – blog, podcast, video, książka, wystąpienia publiczne, social media, newsletter

Storytelling i narracja osobista – jak opowiadać swoją historię?

Media społecznościowe jako narzędzie budowania marki

Networking i relacje zawodowe – jak tworzyć sieć kontaktów

Autoprezentacja i komunikacja – wystąpienia publiczne, język ciała, pierwsze wrażenie

Podsumowanie i strategia działania – plan rozwoju własnej marki osobistej

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo prekolumbijskie - potencjał biznesowy**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna podstawowe cechy i osiągnięcia wybranych cywilizacji prekolumbijskich (m.in. Majów, Azteków, Inków) oraz ich znaczenie kulturowe
2. Student rozumie możliwości i ograniczenia wykorzystania dziedzictwa kultur prekolumbijskich w działaniach biznesowych i przemysłach kreatywnych.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi analizować elementy dziedzictwa prekolumbijskiego pod kątem ich potencjału jako inspiracji dla produktów i usług komercyjnych.
2. Student potrafi opracować podstawową koncepcję produktu lub usługi opartej na dziedzictwie prekolumbijskim, uwzględniając jej wartość kulturową i rynkową.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student potrafi współpracować w zespole przy tworzeniu koncepcji biznesowych inspirowanych dziedzictwem prekolumbijskim, respektując różnorodność perspektyw.

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie - dziedzictwo cywilizacji prekolumbijskich jako zasób kulturowy

Światopogląd i symbolika w kręgu kultur prekolumbijskich

Dziedzictwo materialne: miasta i artefakty

Sztuka prekolumbijska w nowoczesnym designie (4h)

Rzemiosło i tradycyjne techniki jako inspiracja rynkowa

Muzea i instytucje dziedzictwa prekolumbijskiego

Turystyka archeologiczna (na obszarze obu Ameryk) 4h

Rekonstrukcje i doświadczenia immersyjne oparte na dziedzictwie prekolumbijskim

Dziedzictwo prekolumbijskie w kulturze popularnej (filmy/gry historyczne)

Globalny rynek „etnicznej estetyki”- warsztaty praktyczne

Prawo i ochrona dziedzictwa rdzennych społeczności

Case studies: sukcesy i kontrowersje rynkowe

Warsztat projektowy – koncepcje produktów opartych na dziedzictwie prekolumbijskim (projekty grupowe)

Nazwa zajęć: **Nowoczesne wykorzystanie historii i kultury dworskiej**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego oraz kierunki badań w tym zakresie
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego z zakresu kultury dworskiej. Ma zawansowaną wiedzę pozwalającą na wyszukiwanie, ocenianie, selekcjonowanie, przetwarzanie i udostępnianie dokumentacji, analizę i interpretację źródeł historycznych oraz innych wytworów cywilizacji i kultury związanych z funkcjonowaniem dworów i elit polskich jak i europejskich.
3. Wie jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym dworów i elit, ze szczególnym uwzględnieniem elementów turystyki biznesowej, incentive, ofert wyjazdów krótkoterminowych, architektury i turystyki muzealnej.

w zakresie umiejętności:

1. Rozwiązuje złożone problemy z zakresu biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego dot. dworów i elit, analizuje, wdraża i prezentuje wyniki, wykorzystując najnowsze metody selekcji i opracowania danych. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie zarówno w mowie jak i w piśmie profesjonalne terminy branżowe.
2. Rozpoznaje, wykorzystuje i analizuje teksty historiograficzne, teksty źródłowe, teksty kultury o pogłębionym stopniu trudności. W usystematyzowanej formie prezentuje efekty swojej pracy zarówno samodzielnie jak i podczas pracy w grupach z zastosowaniem różnorodnych, nowoczesnych metod i technik, w tym metod statystycznych i za pomocą samodzielnie opracowanych baz danych.
3. Samodzielnie zdobywa i poszerza wiedzę zdobytą podczas kursu, rozwija umiejętności badawcze oraz planuje własne uczenie się przez całe życie.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest gotów do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych, respektując zasady etyki ogólnej, branżowej i naukowej i ma świadomość efektywności działań podejmowanych w oparciu o rzetelne źródła informacji. Jest gotów przestrzegać norm etycznych i zasad organizacji ruchu turystycznego na obszarach zróżnicowanych etnicznie, religijnie i kulturowo.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne oraz Wprowadzenie: Narracja historyczna, opowieść i mity

Sposoby opowiadania o kulturze dworskiej:

Kultura dworska i trubadurzy – początek dworskiej powieści.

Literatura dworska – chanson de geste, romanse rycerskie

Różne aspekty funkcjonowania dworu:

Dwór Henryka VIII – polityka, religia i kultura dworska

W kręgu kultury materialnej – archeologia rzeczy i biografia przedmiotów (4h) Dwór w konflikcie – spiski, zdrady, mikrohistorie przemocy (4h) Dwór w literaturze i miedzy – od Szekspira po reinterpretacje (4h) Dwór w popkulturze – seriale, gry, filmowe wizje przeszłości (4 h)

Prezentacja projektów zaliczeniowych połączona z dyskusją i oceną.

Nazwa zajęć: **Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego nowożytności**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Pogłębiona wiedza na temat dziedzictwa kulturowego nowożytności, rozpoznanie dobrych praktyk w Polsce i na świecie dotyczących adaptacji dziedzictwa nowożytnego.
2. Zna możliwości wykorzystania dziedzictwa w przemyśle kreatywnym, turystyce i gospodarce doświadczeń, zna współczesne trendy w branży turystycznej i kreatywnej.

w zakresie umiejętności:

1. Student/ka dokonuje analizy potencjału dziedzictwa nowożytnego do celów biznesowych.
2. Student/ka tworzy koncepcje projektów biznesowych oraz prezentacji sprzedażowych, opartych na dziedzictwie nowożytnym, z wykorzystaniem nowoczesnych metod storytellingu i innowacyjnej promocji.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony dziedzictwa epok dawnych, wykazuje gotowość i przygotowanie do dyskusji nad tą problematyką. Wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.

2. Jest gotowy do etycznego i krytycznego podejścia do problematyki komercjalizacji dziedzictwa nowożytnego przy uwzględnieniu zachowania jego wartości kulturowych

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne.

Dziedzictwo kulturowe nowożytności w biznesie – wprowadzenie.

Dziedzictwo nowożytne w przemyśle kreatywnym 1.

Dziedzictwo nowożytne w przemyśle kreatywnym 2.

Dziedzictwo niematerialne nowożytności w biznesie.

Dziedzictwo nowożytne a współczesne trendy - wybrane aspekty.

Dziedzictwo nowożytne a współczesne trendy - wybrane aspekty 2.

Przykłady dobrych praktyk wykorzystania dziedzictwa nowożytnego w Polsce i na świecie.

Dziedzictwo jako zasób ekonomiczny. Zagospodarowanie obiektów na cele biznesowe.

Dziedzictwo nowożytne – innowacje, interpretacje i promocja.

Produkty komercyjne oparte na dziedzictwie nowożytnym Krakowa.

Platformy wymiany kulturalno-biznesowej i modele zarządzania.

Nowe technologie i digital heritage.

Nowożytne dziedzictwo Małopolski w otoczeniu biznesu – szanse i wyzwania.

Podsumowanie i prezentacja projektów zaliczeniowych.

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo epoki nowożytnej w tworzeniu produktów komercyjnych**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student/ka posiada pogłębioną wiedzę na temat dziedzictwa kulturowego nowożytności
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o potencjale dziedzictwa epoki nowożytnej w tworzeniu produktów w branży turystycznej i instytucjach kultury. Posiada wiedzę z zakresu ochrony i funkcjonowania obiektów nowożytnych.
3. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach tworzenia produktów komercyjnych z wykorzystaniem dziedzictwa epoki nowożytnej.

w zakresie umiejętności:

1. Z wykorzystaniem pogłębionych metod przygotowuje zarys koncepcji projektów produktów komercyjnych z wykorzystaniem dziedzictwa kulturowego nowożytności.
2. Studenci tworzą innowacyjne oferty/produkty oparte o dziedzictwo nowożytne, posiadają umiejętności identyfikowania potrzeb odbiorców oraz wykorzystują różne metody promocji oferty/produktów

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony dziedzictwa epok dawnych, wykazuje gotowość i przygotowanie do dyskusji nad tą problematyką. Wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne.

Podmioty na rynku dziedzictwa kulturowego. Potencjał zasobów dziedzictwa nowożytnego jako zasobu rozwojowego (monetyzacja tradycji we współczesnym świecie)

Nowożytność w kulturze współczesnej (i popkulturze) – tworzenie produktów z wykorzystaniem obiektów z epoki nowożytnej

Projektowanie marki/produktu z odbiorcą zaangażowanym

Nowożytne dziedzictwo Małopolski – szanse i potencjał dla tworzenia produktów opartych o dziedzictwo nowożytne.

Produktu komercyjne tworzone w oparciu o nowożytne dziedzictwo materialne i niematerialne Krakowa – zajęcia terenowe. (zajęcia podwójne)

Platformy wymiany kulturalno-biznesowej w odniesieniu do dziedzictwa nowożytnego (podwójne zajęcia)

Nowoczesność i tradycja w tworzeniu produktów komercyjnych (zajęcia podwójne w terenie)

Dziedzictwo nowożytne w ofercie skierowanej do turystów zagranicznych

Dziedzictwo nowożytne – innowacje, interpretacje i promocja dziedzictwa kulturowego – zajęcia warsztatowe

Produktu komercyjne tworzone w oparciu o nowożytne dziedzictwo materialne i niematerialne Europy

Twórcze podejście do produktu – praca zespołowa z wykorzystaniem wiedzy pozyskanej w trakcie warsztatów.

Prezentacja produktów inspirowanych kulturą nowożytną.

Nazwa zajęć: **Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XIX wieku**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Dysponuje ugruntowaną wiedzą na temat dziedzictwa kulturowego XIX wieku, zna dobre praktyki w Polsce i na świecie dotyczące adaptacji dziedzictwa tej epoki.
2. Zna możliwości wykorzystania dziedzictwa w przemyśle kreatywnym, turystyce i gospodarce doświadczonych.
3. Zna podstawy teoretyczny kreowania produktów turystycznych o prostej i złożonej strukturze.

w zakresie umiejętności:

1. Student dokonuje analizy potencjału dziedzictwa XIX wieku do celów biznesowych.
2. Studenci tworzą koncepcje projektów biznesowych opartych na dziedzictwie materialnym i niematerialnym XIX wieku, z wykorzystaniem nowoczesnych metod storytellingu i innowacyjnej promocji.
3. Studenci tworzą prezentacje sprzedażowe projektów biznesowych opartych na dziedzictwie kulturowym minionych epok, w tym przede wszystkim XIX wieku.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest świadomy konieczności ochrony dziedzictwa epok dawnych, wykazuje gotowość i przygotowanie do dyskusji nad tą problematyką. Wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.
2. Student jest gotowy do krytycznego podejścia do problematyki komercjalizacji dziedzictwa przy uwzględnieniu zachowania jego wartości kulturowych.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Wprowadzenie do kursu.

„Długi wiek XIX” i jego znaczenie dla dziedzictwa kulturowego.

Komercjalizacja dziedzictwa XIX w. – od produktu prostego do produktu złożonego.

Komercjalizacja dziedzictwa XIX w. Galicja jako nowoczesny produkt turystyczny. Studium przypadku.

Biznesowe wykorzystanie dziewiętnastowiecznego dziedzictwa w regionie, wobec wyzwań współczesności (projekty wydawnicze).

Biznesowe wykorzystanie dziewiętnastowiecznego dziedzictwa w regionie oraz w Polsce, wobec wyzwań współczesności (projekty edukacyjne).

Biznesowe wykorzystanie dziewiętnastowiecznego dziedzictwa materialnego i niematerialnego w regionie oraz w Polsce (projekty turystyczne).

Koncepcja programowo organizacyjna Muzeum Emigracji Górali Podhalańskich.

Dziedzictwo jako marka regionalna: „Podhale” i „Zakopane” jako produkt turystyczny.

Współczesne formy wykorzystania dziedzictwa. Agroturystyka i slow tourism, muzea i centra dziedzictwa, czy ekonomia doświadczeń (np. kuligi, posiały w karczmie).

Wysowa Zdrój, Rabka Zdrój, Szczawnica i Krynica-Zdrój - turystyka zdrowotna jako spuścizna epoki.

Marka miejsca i storytelling.

Dziedzictwo i nowoczesne technologie (digitalizacja zabytków i wirtualne muzea, gamifikacja historii XIX wieku).

Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XIX w. – od koncepcji do wizualizacji.

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo XIX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna najważniejsze zjawiska, nurty i elementy dziedzictwa kulturowego XIX wieku oraz ich znaczenie dla współczesnej kultury i gospodarki.
2. Student rozumie możliwości i ograniczenia komercyjnego wykorzystania dziedzictwa XIX wieku w różnych sektorach (np. turystyka, design, przemysły kreatywne).

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi analizować wybrane elementy dziedzictwa XIX wieku pod kątem ich potencjału jako podstawy produktu lub usługi komercyjnej.
2. Student potrafi opracować koncepcję prostego produktu lub usługi opartej na dziedzictwie XIX wieku, uwzględniając jej wartość kulturową i rynkową.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego wykorzystywania dziedzictwa kulturowego w działaniach komercyjnych, z poszanowaniem jego wartości historycznej.

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do dziedzictwa kulturowego XIX wieku

XIX wiek jako źródło inspiracji dla przemysłów kreatywnych

Rewolucja przemysłowa i jej dziedzictwo

Kultura mieszczańska i styl życia XIX wieku

Architektura XIX wieku i jej współczesne reinterpretacje

Sztuka XIX wieku jako inspiracja dla współczesnej kultury

Dziedzictwo techniczne i inżynierskie XIX wieku

Dziedzictwo miejskie XIX wieku

Turystyka industrialna i kulturowa

Branding oparty na historii XIX wieku

Storytelling w produktach opartych na dziedzictwie XIX wieku

Prawo i etyka wykorzystania dziedzictwa kulturowego XIX wieku

Produkty cyfrowe inspirowane XIX wiekiem

Analiza case studies- wiodące przykłady polskich produktów komercyjnych

Warsztaty projektowe – prezentacje produktu komercyjnego

Nazwa zajęć: **Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 2**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Rozumie terminologię fachową z zakresu turystyki i dziedzictwa kulturowego w j. hiszpańskim.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi płynnie i spontanicznie komunikować się w języku hiszpańskim na poziomie podstawowym.

2. Absolwent/ka samodzielnie zdobywa i poszerza wiedzę dotyczącą Hiszpanii; wykorzystuje i analizuje teksty kultury o pogłębionym stopniu trudności. Ponadto prezentuje efekty swojej pracy zarówno samodzielnie, a także jako członek zespołu opisując dziedzictwo kulturowe Hiszpanii.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student rozumie potrzebę dalszego doskonalenia kompetencji językowych i ciągłego aktualizowania zasobu obcojęzycznej terminologii branżowej.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Wprowadzenie do języka hiszpańskiego: alfabet, l.poj., l.mn., rodzajniki, liczebniki. Praca z mapą.

Formy grzecznościowe, zaimki osobowe, czasownik być: ESTAR i SER

Przedstawianie się po hiszpańsku. Elementy geografii Hiszpanii.

Miasta UNESCO w Hiszpanii. Czasowniki regularne. Miasto, architektura, podróż.

Zabytki UNESCO w Hiszpanii. Rzeczowniki i przymiotniki. Miasto, architektura, podróż.

Podstawy geografii Hiszpanii.

Historia Hiszpanii od starożytności po koniec średniowiecza.

Historia Hiszpanii. Nowożytność.

Historia Hiszpanii - wiek XIX

Historia Hiszpanii - wiek XX.

Hiszpańska sztuka - malarstwo.

Kinematografia hiszpańska.

Architektura Hiszpanii

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Włochy**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Absolwent/ka zna specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego Włoch

2. Absolwent/ka zna zróżnicowanie i przykłady francuskich dzieł sztuki różnych epok, zna fachową terminologię w tym zakresie, rozumie związki i konteksty odnośnie do wydarzeń i procesów historycznych zachodzących we Francji.

w zakresie umiejętności:

1. Absolwent/ka rozpoznaje, wykorzystuje i analizuje teksty kultury dotyczące dziedzictwa kulturowego Francji. W usystematyzowanej formie prezentuje efekty swojej pracy zarówno samodzielnie, a także jako członek zespołu.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Absolwent/ka jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym.

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do dziedzictwa kulturowego Włoch

Dziedzictwo starożytnego Rzymu

Wczesne chrześcijaństwo i dziedzictwo Kościoła

Średniowieczne miasta i kultura Italii

Renesans – złoty wiek kultury włoskiej

Dziedzictwo regionalne Włoch

Nazwa zajęć: **Social media w promocji dziedzictwa**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna podstawowe narzędzia i kanały social media wykorzystywane w promocji dziedzictwa kulturowego
2. Student rozumie zasady komunikacji marketingowej oraz specyfikę odbiorców treści związanych z dziedzictwem w mediach społecznościowych.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi zaplanować prostą kampanię promocyjną w mediach społecznościowych dotyczącą dziedzictwa kulturowego
2. Student potrafi tworzyć angażujące treści (np. posty, opisy, koncepcje wizualne) dostosowane do różnych platform społecznościowych

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego promowania dziedzictwa kulturowego w przestrzeni cyfrowej.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne

Przygotowanie kampanii informacyjnych w różnych mediach społecznościowych.

Przygotowanie kont w mediach społecznościowych dotyczących projektu oraz przygotowanie ram merytorycznych poszczególnych działań

Praca w grupach w ramach publikacji na platformie Facebook

Praca w grupach w ramach publikacji na platformie Instagram

Praca w grupach w ramach publikacji na platformie TikTok

Praca w grupach w ramach publikacji na platformie YouTube

Podsumowanie i prezentacja projektów

Nazwa zajęć: **Biznesowy potencjał funkcjonowania galerii sztuki**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna zagadnienia z zakresu muzealnictwa i specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego.
2. Wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym.
3. Rozumie terminologię fachową związaną z historią sztuki, niezbędną do przygotowania dokumentacji dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. Samodzielnie zdobywa i systematyzuje wiedzę, a następnie prezentuje ją w sposób uporządkowany przy zastosowaniu nowoczesnych technik pozyskiwania, klasyfikowania i analizowania informacji z zakresu zabytkoznawstwa. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie (za pomocą podstawowej terminologii z zakresu historii sztuki) zmiany stylowe obiektów.
2. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury, której zasadność potrafi wykazać już na podstawie detalu architektonicznego lub techniki wykonania.
2. Jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Wprowadzenie do problematyki funkcjonowania galerii sztuki

Galerie sztuki w Polsce i na świecie.

Współpraca z artystami a sprzedaż dzieł sztuki

Zrozumieć istotę galerii sztuki

Galerie sztuki w ujęciu biznesowym. (Projekt indywidualny: Biznesowy potencjał funkcjonowania galerii sztuki w Krakowie – analiza porównawcza wybranych modeli. Wybierz 3 galerie działające w Krakowie (komercyjna, niezależna i instytucjonalna) i porównaj:

forma działalności rodzaj i charakter wystaw źródła finansowania, publiczność/ rodzaj odbiorcy formy promocji skala działania,

Zajęcia organizacyjne. Definiowanie galerii sztuki.

Galerie sztuki a muzealnictwo - zajęcia terenowe

„Obyczajowość” galerii sztuki - zajęcia terenowe

Galerie sztuki a domy aukcyjne - zajęcia terenowe

Internetowe galerie sztuki

Nazwa zajęć: **Ekonomiczny potencjał digitalizacji dziedzictwa**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna zagadnienia z zakresu muzealnictwa i specyfikę przedmiotową ochrony dziedzictwa kulturowego.
2. Wie, jakiego rodzaju czynniki należy uwzględnić przy konstruowaniu nowoczesnych ofert biznesu związanego z dziedzictwem kulturowym (tu: digitalizacja i promocja dziedzictwa).
3. Rozumie terminologię fachową związaną z historią sztuki, niezbędną do przygotowania dokumentacji dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. Samodzielnie zdobywa i systematyzuje wiedzę, a następnie prezentuje ją w sposób uporządkowany przy zastosowaniu nowoczesnych technik pozyskiwania, klasyfikowania i analizowania informacji z zakresu zabytkoznawstwa. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie (za pomocą podstawowej terminologii z zakresu historii sztuki) zmiany stylowe obiektów.
2. W sposób pogłębiony korzysta z technologii informacyjnej, multimediiów i zasobów Internetu oraz doskonali umiejętności w tym zakresie.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury, której zasadność potrafi wykazać już na podstawie detalu architektonicznego lub techniki wykonania.
2. Jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym.

Treści programowe dla zajęć:

Zajęcia organizacyjne. Polskie repozytoria cyfrowe.

Digitalizacja jako sposób na przetrwanie – zajęcia terenowe.

Nieświadoma digitalizacja, czyli obiekty i układy przestrzenne jako tło rodzinnych fotografii.

Projekty związane z digitalizacją dziedzictwa – zajęcia terenowe (cz. 1).

Projekty związane z digitalizacją dziedzictwa – zajęcia terenowe (cz. 2).

Digitalizacja a "aura" oryginałów.

Technologia cyfrowa w humanistyce.

Postinternet a działania digitalizacji dziedzictwa.

Nazwa zajęć: **Profesjonalne systemy rezerwacyjne**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Zna fachowe terminy, fachowe wyrażenia (w tym te w języku angielskim) i zakres funkcjonalności, które stanowią podstawę funkcjonowania systemów rezerwacyjnych
2. Wie, w jaki sposób przepisy prawa regulują obowiązki organizatorów i agentów w zakresie przygotowywania i sprzedaży ofert turystycznych

w zakresie umiejętności:

1. Opanował podstawy obsługi systemu rezerwacyjnego wykorzystywanego przez podmioty branży turystycznej
2. Potrafi samodzielnie wyszukiwać informacje potrzebne do stworzenia komplementarnej oferty turystycznej z wykorzystaniem możliwości, jakie daje praca w systemie rezerwacyjnym
3. Umie wykorzystywać informacje dostępne dzięki systemowi rezerwacyjnemu do udzielania kompetentnych informacji dotyczących destynacji turystycznych, rodzajów zakwaterowania, dostępnych terminów, cen poszczególnych komponentów

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Rozumie konieczność działania w zgodzie z zasadami etyki w zakresie sprzedaży imprez turystycznych, a także dysponowania danymi osobowymi udzielanymi przez klientów

Treści programowe dla zajęć:

1. Zajęcia wprowadzające- terminologia

Systemy rezerwacyjne. Po co są w turystyce? GDSy-zasady działania. Systemy rezerwacyjne na polskim rynku turystycznym

Ochrona danych osobowych wprowadzanych do systemu. Prawo o usługach turystycznych w odniesieniu do pracy z systemem rezerwacyjnym. Prezentacja systemu Blue Vendo

Obsługa systemu rezerwacyjnego- wprowadzenie. Metodyka wyszukiwania ofert, oznaczenia systemowe

Profilowanie oferty do potrzeb klienta- wprowadzanie danych dotyczących obszaru, kraju, regionu turystycznego, miast

Wprowadzanie danych- dane podstawowe, definicje

Wprowadzanie danych- specyfika oferty, zniżki, oferty specjalne (6h)

Wprowadzanie danych- pełna oferta, wycena i powiązanie świadczeń, profilowanie klienta

Zakładanie rezerwacji

Prezentacja oferty, ocena sprawności obsługi systemu

Nazwa zajęć: **Biznesowe wykorzystanie dziedzictwa kulturowego XX wieku**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student posiada pogłębioną wiedzę na temat procesów adaptacji dziedzictwa kulturowego do celów użytkowych i możliwościach łączenia sztuki i biznesu
2. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o potencjale obiektów zabytkowych w branży turystycznej. Posiada gruntowną wiedzę z zakresu ochrony i funkcjonowania obiektów zabytkowych.
3. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. analizuje koncepcje biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego w wybranych podmiotach
2. potrafi przedstawiać elementy oferty opartej o dziedzictwo kulturowe, wskazując jej atuty i zagrożenia

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony obiektów zabytkowych
2. Wykazuje gotowość do społecznego zaangażowania na rzecz ochrony dziedzictwa kultury

Treści programowe dla zajęć:

1. Zajęcia organizacyjne 2. Media społecznościowe w promocji dziedzictwa 3. Podcasty jako narzędzie promocji 4. Aplikacje oraz gry służące do promocji dziedzictwa 5. Adaptacja zabytków na cele komercyjne 6. Kuchnia a dziedzictwo 7. Retro design, wzornictwo oraz branding 8. Szlaki dziedzictwa - zajęcia podsumowujące

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo XX wieku w tworzeniu produktów komercyjnych**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student posiada pogłębioną wiedzę na temat procesów adaptacji dziedzictwa kulturowego do celów użytkowych i możliwościach tworzenia produktów komercyjnych
2. : Dysponuje rozbudowaną wiedzą o potencjale obiektów zabytkowych w branży turystycznej. Posiada gruntowną wiedzę z zakresu ochrony i funkcjonowania obiektów zabytkowych.
3. Dysponuje rozbudowaną wiedzą o sposobach biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego.

w zakresie umiejętności:

1. analizuje koncepcje biznesowego wykorzystania dziedzictwa kulturowego w wybranych podmiotach przy tworzeniu produktów komercyjnych
2. potrafi przedstawiać elementy oferty opartej o dziedzictwo kulturowe, wskazując jej atuty i zagrożenia w tworzeniu produktów komercyjnych

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Jest świadomy konieczności ochrony obiektów zabytkowych przy tworzeniu produktów komercyjnych

Treści programowe dla zajęć:

Wprowadzenie do dziedzictwa kulturowego XX wieku

Dziedzictwo XX wieku jako zasób ekonomiczny

Popkultura jako dziedzictwo

Dziedzictwo przemysłowe i postindustrialne

Architektura XX wieku w produktach komercyjnych

Moda i wzornictwo XX wieku jako inspiracja kulturowa

Branding i storytelling oparty na dziedzictwie XX wieku

Turystyka kulturowa oparta na dziedzictwie XX wieku

Rewitalizacja i komercjalizacja obiektów XX-wiecznej historii

Dziedzictwo trudne i kontrowersyjne

Prawo autorskie i ochrona dziedzictwa XX wieku

Marketing produktów opartych na dziedzictwie XX wieku

Nowe technologie w wykorzystaniu dziedzictwa XX wieku. Mapping

Analiza case studies (Polska i świat)

Warsztaty projektowe – tworzenie własnego produktu

Nazwa zajęć: **Sztuczna inteligencja w pracy z dziedzictwem kulturowym**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna możliwości i ograniczenia wykorzystania sztucznej inteligencji w ochronie, dokumentowaniu, analizie i popularyzacji dziedzictwa kulturowego.
2. Student posiada wiedzę na temat współczesnych narzędzi cyfrowych i metod przetwarzania danych wykorzystywanych przez instytucje kultury, muzea, archiwa i biblioteki.
3. Student rozumie etyczne, prawne i społeczne aspekty stosowania sztucznej inteligencji, w tym zagadnienia ochrony własności intelektualnej i wiarygodności informacji.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi wykorzystywać narzędzia sztucznej inteligencji do wyszukiwania, analizy, opracowywania i prezentowania informacji dotyczących dziedzictwa kulturowego.

2. Student potrafi krytycznie oceniać wyniki generowane przez systemy sztucznej inteligencji oraz weryfikować je z wykorzystaniem źródeł naukowych i materiałów historycznych.

3. Student projektuje i przygotowuje materiały edukacyjne, promocyjne lub popularyzatorskie dotyczące dziedzictwa kulturowego z wykorzystaniem narzędzi AI.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego wykorzystywania narzędzi sztucznej inteligencji w działalności związanej z dziedzictwem kulturowym.

2. Student dostrzega znaczenie nowych technologii dla ochrony, popularyzacji i udostępniania dziedzictwa kulturowego różnym grupom odbiorców.

3. Student jest gotów do współpracy z instytucjami kultury, ekspertami oraz odbiorcami treści cyfrowych przy realizacji projektów wykorzystujących sztuczną inteligencję.

Treści programowe dla zajęć:

Sztuczna inteligencja w instytucjach dziedzictwa kulturowego (AI w muzeach, archiwach i bibliotekach; cyfryzacja zbiorów, automatyczne katalogowanie, rozpoznawanie obrazów i tekstów, chatboty i wirtualni przewodnicy)

Analiza źródeł historycznych i danych kulturowych z wykorzystaniem AI (OCR i HTR, analiza tekstu, wyszukiwanie informacji, interpretacja źródeł, weryfikacja wyników generowanych przez AI)

Tworzenie i promocja treści o dziedzictwie kulturowym z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (generowanie tekstów, obrazów i materiałów edukacyjnych, projektowanie wystaw cyfrowych, kwestie etyczne i prawne związane z AI)

Nazwa zajęć: **Nowe technologie w pracy z dziedzictwem kulturowym**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Student zna współczesne technologie cyfrowe wykorzystywane w ochronie, dokumentowaniu i udostępnianiu dziedzictwa kulturowego, w tym rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji.

2. Student posiada wiedzę na temat sposobów wykorzystania nowych technologii przez muzea, archiwa, biblioteki oraz inne instytucje zajmujące się ochroną i popularyzacją dziedzictwa kulturowego.

3. Student rozumie prawne, organizacyjne i etyczne aspekty wykorzystania technologii cyfrowych w sektorze kultury, w tym zagadnienia związane z ochroną własności intelektualnej i dostępnością zasobów cyfrowych.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi wykorzystywać narzędzia cyfrowe do gromadzenia, analizy, opracowywania i prezentowania informacji dotyczących dziedzictwa kulturowego.

2. Student potrafi projektować i przygotowywać cyfrowe materiały edukacyjne, promocyjne i popularyzatorskie dotyczące dziedzictwa kulturowego.

3. Student wykorzystuje nowoczesne technologie do analizy źródeł historycznych, dokumentacji zabytków oraz opracowywania zasobów cyfrowych instytucji kultury.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego wykorzystywania nowych technologii w działalności związanej z dziedzictwem kulturowym.

2. Student dostrzega znaczenie nowych technologii dla zwiększania dostępności dziedzictwa kulturowego oraz jego popularyzacji wśród różnych grup odbiorców.

3. Student jest gotów do współpracy z instytucjami kultury, sektorem kreatywnym i specjalistami z różnych dziedzin przy realizacji projektów wykorzystujących technologie cyfrowe.

Treści programowe dla zajęć:

Cyfrowe dziedzictwo kulturowe – narzędzia i metody dokumentacji (cyfryzacja zbiorów, bazy danych, archiwa cyfrowe)

Wirtualne muzea i nowe formy udostępniania dziedzictwa kulturowego (rzeczywistość wirtualna i rozszerzona (VR/AR), aplikacje mobilne, interaktywne wystawy, cyfrowa edukacja historyczna)

Sztuczna inteligencja i innowacje cyfrowe w ochronie oraz promocji dziedzictwa kulturowego (AI, analiza danych, automatyczne rozpoznawanie obrazów i tekstów, aspekty etyczne i prawne nowych technologii)

Nazwa zajęć: **Objazd zabytkoznawczy - nowoczesna promocja dziedzictwa**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Wie w jaki sposób konstruować programy wizyt studyjnych, imprez turystycznych, warsztatów czy seminariów opartych na zasobach dziedzictwa kulturowego.
2. zna podstawy pracy z dziedzictwem kulturowym i wie jakie są najważniejsze elementy decydujące o bogactwie kulturowym Europy Środkowo-Wschodniej
3. Posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu historii kultury i sztuki. Zna najważniejsze przykłady dzieł sztuki z różnych epok, szczególnie z terenu Polski i Europy. Orientuje się w głównych kierunkach, okresach, formach artystycznych i stylach różnych epok.

w zakresie umiejętności:

1. Posiada kompetencje do samodzielnego prowadzenia i opracowania elementów imprez turystycznych
2. Potrafi dobierać elementy dziedzictwa kulturowego pod kątem realizacji zadań wynikających z pracy przewodnika turystycznego i/lub organizatora imprezy turystycznej

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury
2. Jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym

Treści programowe dla zajęć:

Pilotaż grupy – ćwiczenia praktyczne (7 h)

Przewodnictwo turystyczne – ćwiczenia praktyczne (8h)

Komercjalizacja w miastach historycznych – nowe wyzwania (3h)

Dziedzictwo kulturowe – nowoczesna podstawa produktu turystycznego (3h)

Sztuczna inteligencja w promocji dziedzictwa (3h)

Promowanie dziedzictwa – nowe podejście (3h)

Dziedzictwo cyfrowe – nowe trendy (3h)

Nazwa zajęć: **Objazd zabytkoznawczy - dziedzictwo w turystyce**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Rozumie powiązania wydarzeń i procesów historycznych z rozwojem cywilizacyjnym, technicznym, duchowym i kulturowym człowieka. Rozpoznaje zaawansowane relacje i zależności pomiędzy przeszłością a aktualnymi wydarzeniami w zakresie historii kultury, urbanistyki, mentalności, obyczaju i życia codziennego.
2. Zna założenia i plany urbanistyczne miast oraz charakteryzuje podstawowe sfery miasta, zna terminologię fachową, rozpoznaje relacje i przemiany w architekturze. Ma uporządkowaną wiedzę dotyczącą istotnych etapów przeobrażeń urbanistycznych w miastach na przestrzeni dziejów, rozumie zależności pomiędzy architekturą a tłem cywilizacyjnym epoki
3. Posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu historii kultury i sztuki. Zna najważniejsze przykłady dzieł sztuki z różnych epok, szczególnie z terenu Polski i Europy. Orientuje się w głównych kierunkach, okresach, formach artystycznych i stylach różnych epok.

w zakresie umiejętności:

1. Pilotuje wycieczki krajowe i zagraniczne oraz organizuje imprezy turystyczne związane z promocją dziedzictwa kulturowego, prowadzi grupy turystyczne krajowe i zagraniczne w przestrzeni muzealnej. Rozwiązuje problemy organizacyjne i kompetencyjne w ramach prowadzonej działalności.
2. Potrafi wskazać zachowane świadectwa dziedzictwa kulturowego różnych epok, analizuje dzieła sztuki, rozpoznaje obiekty i formy architektoniczne, a także założenia urbanistyczne w różnych okresach historycznych.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Dąży do uczestniczenia w życiu kulturalnym oraz wykazuje społeczne zaangażowanie na rzecz aktywnej ochrony dziedzictwa kultury.
2. Jest gotów do szanowania i rozumienia różnic poglądów determinowanych zróżnicowanym podłożem narodowym, etnicznym i kulturowym

Treści programowe dla zajęć:

Osadnictwo włoskie (wykład).

Topografia terenu a osadnictwo na Orawie (wykład).

Muzea typu skansenowskiego w Polsce (wykład).

Atrakcje turystyczne oraz imprezy kulturalne na terenie Orawy (ćwiczenia).

Festiwal Borówki (ćwiczenia).

Drewniane kościoły Małopolski (ćwiczenia).

Reformacja i zbory na Orawie (ćwiczenia).

Rodzina Moniaków (ćwiczenia).

Warsztaty w skansenie – innowacja (ćwiczenia).

Etnografia w turystyce

Szkoły ludowe i ich budynki (ćwiczenia).

Muzeum Stylu Zakopiańskiego

Skansen z kulturą Górali Kliszczackich w Sidzinie (ćwiczenia).

Sztuka ludowa i sposoby jej ochrony (ćwiczenia).

Ludowość w kulturze

Nazwa zajęć: **Egzamin dyplomowy**

Nazwa zajęć: **Język obcy w promocji dziedzictwa kulturowego 3**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Rozumie terminologię fachową z zakresu turystyki i dziedzictwa kulturowego w j. hiszpańskim.

w zakresie umiejętności:

1. Student potrafi skonstruować ofertę turystyczną promocją unikatowe dziedzictwo kulturowe Hiszpanii.

2. Student potrafi płynnie i spontanicznie komunikować się w języku hiszpańskim na poziomie podstawowym. W sposób zaawansowany korzysta z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu do nauki języka hiszpańskiego.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student rozumie potrzebę dalszego doskonalenia kompetencji językowych i ciągłego aktualizowania zasobu obcojęzycznej terminologii branżowej.

2. Student szanuje i stara się zrozumieć wymowę i akcent innych studentów.

Treści programowe dla zajęć:

Regiony Hiszpanii – podsumowanie dotychczasowej wiedzy. Słownictwo dotyczące geografii i dziedzictwa kulturowego.

Najważniejsze dzieła sztuki hiszpańskiej. Od starożytności po wiek XIV. Język hiszpański w turystyce. Komunikacja w mieście.

Najważniejsze dzieła sztuki hiszpańskiej. Od wieku XV po XIX. Podstawowe zwroty służące opisywaniu dzieł sztuki.

Współczesna sztuka hiszpańska. Język hiszpański w instytucjach kultury i sztuki.

Współczesna architektura Hiszpanii. Terminy i zwroty służące opisywaniu architektury.

Miasto, architektura, podróż w języku hiszpańskim.

Autoprezentacja w języku hiszpańskim.

Podróż po kulinarnej Hiszpanii. Dialogi w restauracji.

W Biurze Informacji Turystycznej, orientacja w mieście. Dialogi i zwroty.

Zabytki UNESCO w Hiszpanii.

Dziedzictwo kulturowe Hiszpanii

O Hiszpanii po hiszpańsku. Opisy miast i zabytków.

Nazwa zajęć: **Dziedzictwo kulturowe wybranych krajów śródziemnomorskich - Francja**

Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się student/ka:

w zakresie wiedzy:

1. Rozumie terminologię fachową z zakresu turystyki i dziedzictwa kulturowego Francji

w zakresie umiejętności:

1. Student w sposób zaawansowany korzysta z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu do zdobycia wiedzy dotyczącej dziedzictwa Francji.

w zakresie kompetencji społecznych:

1. Student rozumie potrzebę dalszego doskonalenia kompetencji i ciągłego aktualizowania zasobu terminologii branżowej

Treści programowe dla zajęć:

1. Wprowadzenie do dziedzictwa kulturowego Francji

2. Antyczne fundamenty kultury francuskiej (Galia rzymska)

3. Średniowieczna Francja – religia, feudalizm i sztuka sakralna

4. Renesans i humanizm we Francji

5. Francuski klasycyzm i barok (XVII wiek)

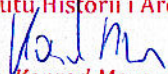
XIX wiek – romantyzm, industrializacja i modernizacja kultury

Dziedzictwo regionalne i śródziemnomorskie Francji

Kraków, dn. 3 czerwca 2026 r.

Uchwała nr 36/2026
z głosowania Rady Instytutu Historii i Archiwistyki
Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie z dnia 3 czerwca 2026 r.

Członkowie Rady Instytutu Historii i Archiwistyki w głosowaniu jawnym jednomyślnie zatwierdzili program i plan studiów dla kierunku **Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie**, studia stacjonarne i niestacjonarne II stopnia dla toku rozpoczynającego się w roku akademickim 2026/2027.

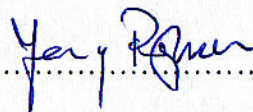
DYREKTOR
Instytutu Historii i Archiwistyki

dr hab. Konrad Meus, prof. UKEN

Kraków, dnia 2 czerwca 2026 r.

UCHWAŁA
INSTYTUTOWEJ RADY DS. JAKOŚCI KSZTAŁCENIA
INSTYTUTU HISTORII I ARCHIWISTYKI
UNIwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

w sprawie przyjęcia projektu programów studiów na rok akademicki 2026/2027 na kierunku „Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie” (studia II stopnia, stacjonarne oraz niestacjonarne)

Na posiedzeniu w dniu 2 czerwca 2026 r. Instytutowa Rada ds. Jakości Kształcenia obradowała nad projektem programu studiów na kierunku „Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie” (studia II stopnia stacjonarne i niestacjonarne) na rok akademicki 2026/2027. Projekt przedłożony przez koordynatora kierunku (panią dr hab. prof. UKEN Annę Penkałę-Jastrzębską) został przez Radę ds. Jakości Kształcenia jednogłośnie zaaprobowany i zarekomendowany do przyjęcia przez Radę Instytutu Historii i Archiwistyki.



prof. dr hab. Jerzy Rajman

Przewodniczący Instytutowej Rady ds. Jakości Kształcenia Instytutu Historii i Archiwistyki

Kraków, 01, czerwca, 2026 roku

Opinia Instytutowej Rady Samorządu Studentów

Instytutu Historii i Archiwistyki

Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

w sprawie wprowadzenia zmian w programach studiów na kierunkach:

Archiwistyka, zarządzanie informacją i infobrokerstwo; Archiwistyka, biurowość i cyfryzacja; Turystyka historyczna i muzealnictwo; Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie; Historia; Studia niemcoznawcze i środkowoeuropejskie, prowadzonych w formie studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim.

Na podstawie dostępnych źródeł Instytutowa Rada Samorządu Studentów Instytutu Historii i Archiwistyki Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie dokonała oceny nowych programów studiów dla wyżej wymienionych kierunków w formie stacjonarnej i niestacjonarnej pierwszego i drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim.

Nawiązując do dokonanej analizy stanu faktycznego wyraża pozytywną opinię na temat proponowanych programów studiów.

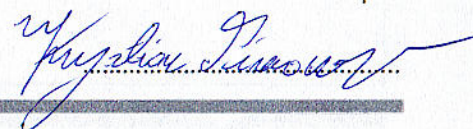
Szczegółowe uzasadnienie wraz z przyjętymi kryteriami oceny i ich uzasadnieniem stanowi załącznik do tego pisma.

Krystian Piwowar

Przewodniczący Instytutowej Rady Samorządu Studentów

Instytut Historii i Archiwistyki

Podpis:



Załącznik 1.

Karta studenckiej oceny programu studiów

Kryterium:	Ocena spełnienia: Spełnione/ Częściowo spełnione/ Niespełnione	Uzasadnienie:
Prawidłowość przyporządkowania punktów ECTS do poszczególnych przedmiotów uwzględniając nakład pracy studenta.	Spełnione	Wprowadzone zmiany, w tym korekty punktów ECTS na kierunkach Turystyka historyczna i muzealnictwo oraz Historia, zachowują właściwe odzwierciedlenie nakładu pracy studenta. Rozłożenie obciążeń pomiędzy semestrami pozostaje zrównoważone i zgodne z założonymi efektami uczenia się.
Adekwatność formy zajęć względem treści programowych realizowanych w ramach przedmiotów	Spełnione	Przeniesienie wybranych kursów między semestrami, aktualizacja nazw przedmiotów oraz modyfikacja oferty zajęć do wyboru nie wpływają na adekwatność stosowanych form dydaktycznych. Formy zajęć pozostają dostosowane do charakteru przekazywanych treści i zakładanych efektów kształcenia.

Modułowe i kierunkowe efekty uczenia się są sformułowane w sposób zrozumiały i adekwatny do specyfiki kierunku studiów.	Spełnione	Wprowadzone zmiany nie naruszają spójności efektów uczenia się. Pozytywnie należy ocenić ujednolicenie efektów uczenia się na kierunku Historia oraz aktualizację modułów nauczycielskich zgodnie z obowiązującymi standardami kształcenia nauczycieli.
Treści programowe realizowane w ramach przedmiotów są zgodne ze specyfiką kierunku studiów oraz efektami uczenia się.	Spełnione	Zmiany programowe mają charakter aktualizujący i porządkujący. Przeniesienie kursów pomiędzy semestrami, modyfikacja oferty przedmiotów fakultatywnych oraz dostosowanie treści do aktualnych potrzeb dydaktycznych wzmacniają spójność programów studiów i pozostają zgodne z profilem poszczególnych kierunków.
Adekwatność i zrozumiałość form egzaminowania, zarówno zaliczeń etapowych, jak i procesu dyplomowania.	Spełnione	Wprowadzone zmiany nie wpływają na zasady weryfikacji efektów uczenia się. Metody zaliczania przedmiotów oraz proces dyplomowania pozostają przejrzyste, adekwatne do

		realizowanych treści oraz zgodnie z obowiązującymi regulacjami.
Wymiar, zasady i forma realizowanych praktyk zawodowych.	Spełnione	Proponowane modyfikacje programów studiów nie dotyczą organizacji praktyk zawodowych. Dotychczasowe rozwiązania w zakresie ich wymiaru, zasad realizacji i osiągania efektów uczenia się pozostają zachowane i zapewniają możliwość praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy.
Możliwość realizacji przedmiotów do wyboru, w łącznym wymiarze nie mniej niż 30% spośród wszystkich punktów ECTS wymaganych do ukończenia studiów oraz atrakcyjność oferty.	Spełnione	Pomimo zmian w katalogu przedmiotów fakultatywnych, studenci nadal mają możliwość realizacji przedmiotów do wyboru w wymaganym wymiarze. Wprowadzone modyfikacje zwiększają aktualność i atrakcyjność oferty dydaktycznej, zachowując jednocześnie odpowiedni udział zajęć wybieralnych w programach studiów.

Dodatkowe uwagi, nieprzyporządkowane do kryteriów:

Brak uwag.

Źródła, na podstawie których została wydana opinia, oraz informacja o przebiegu współpracy z władzami Uczelni w procesie:

Program studiów wyższych rozpoczynających się w roku akademickim 2026/2027.

Kompleksowe uzasadnienie w oparciu o przyjęte kryteria:

Po przeanalizowaniu przedstawionych zmian w programach studiów Komisja pozytywnie opiniuje proponowane modyfikacje. Wprowadzone korekty mają charakter porządkujący, aktualizujący i dostosowujący ofertę dydaktyczną do aktualnych potrzeb studentów, wymagań rynku pracy oraz organizacji procesu kształcenia. Zmiany polegające na przeniesieniu wybranych kursów pomiędzy semestrami, aktualizacji nazw przedmiotów, modyfikacji oferty przedmiotów do wyboru oraz dostosowaniu treści kształcenia nie wpływają negatywnie na zakładane efekty uczenia się.

Komisja stwierdza, że przyporządkowanie punktów ECTS do poszczególnych przedmiotów pozostaje prawidłowe i odzwierciedla rzeczywisty nakład pracy studenta. Wprowadzone korekty punktacji ECTS zachowują równowagę obciążeń pomiędzy semestrami oraz zapewniają zgodność z obowiązującymi standardami kształcenia. Formy zajęć dydaktycznych są adekwatne do realizowanych treści programowych, a modułowe i kierunkowe efekty uczenia się pozostają sformułowane w sposób zrozumiały, spójny i odpowiadający specyfice poszczególnych kierunków.

W przypadku kierunku Historia pozytywnie ocenia się ujednolicenie efektów uczenia się pomiędzy studiami stacjonarnymi i niestacjonarnymi oraz dostosowanie modułów nauczycielskich do aktualnie obowiązujących standardów kształcenia nauczycieli. Treści programowe realizowane w ramach przedmiotów pozostają zgodne z profilem i specyfiką kierunków studiów. Na szczególne podkreślenie zasługuje wzbogacenie oferty przedmiotów fakultatywnych, zwiększające atrakcyjność kształcenia oraz umożliwiające studentom lepsze dostosowanie ścieżki edukacyjnej do własnych zainteresowań.

Komisja ocenia również, że proponowane zmiany nie wpływają negatywnie na przejrzystość zasad zaliczania przedmiotów, egzaminowania i procesu dyplomowania. Zachowane zostają także dotychczasowe standardy dotyczące organizacji i realizacji praktyk zawodowych. Jednocześnie stwierdza się, że programy studiów nadal zapewniają możliwość realizacji przedmiotów do wyboru w wymiarze przekraczającym 30% ogólnej liczby punktów ECTS wymaganych do ukończenia studiów, a oferta fakultatywna pozostaje atrakcyjna i zróżnicowana. W związku z powyższym Komisja uznaje, że przedstawione zmiany spełniają wymagania jakości kształcenia i rekomenduje ich przyjęcie.