



**PROGRAM PRAKTYK**  
**TURYSTYKA I REKREACJA (STUDIA I STOPNIA)**  
MODUŁ SPECJALNOŚCIOWY: **Organizacja i zarządzanie w turystyce i rekreacji**  
**Praktyka II: rok II / semestr 4 (480 godzin)**

Celem praktyki II jest pogłębienie wiedzy zdobytej podczas I praktyki poprzez rozszerzone poznanie procesów organizacyjnych, zarządczych i promocyjnych w podmiotach sektora turystyki i rekreacji oraz aktywny udział w realizacji zadań związanych z planowaniem, sprzedażą i promocją usług turystycznych.

**1. Biuro podróży / przedsiębiorstwo turystyczne**

1. Zapoznanie z przepisami BHP obowiązującymi w instytucji turystycznej.
2. Zapoznanie z procedurami bezpieczeństwa klientów podczas realizacji imprez turystycznych.
3. Poznanie zasad organizacji turystyki krajowej.
4. Poznanie zasad organizacji turystyki zagranicznej, w tym formalności paszportowo-wizowych i ubezpieczeniowych.
5. Analiza struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa turystycznego oraz podziału kompetencji między pracownikami.
6. Udział w planowaniu działalności operacyjnej biura podróży.
7. Udział w planowaniu i kalkulacji kosztów ofert turystycznych.
8. Przygotowywanie programów imprez turystycznych (krajowych i zagranicznych).
9. Dobór świadczeń do programu imprezy (transport, noclegi, wyżywienie, atrakcje).
10. Porównywanie ofert touroperatorów oraz analiza cenników i warunków uczestnictwa.
11. Analiza zakresu świadczeń zawartych w umowach z klientami.
12. Udział w procesie rezerwacji usług turystycznych (noclegi, bilety, ubezpieczenia).
13. Udział w procesie sprzedaży usług turystycznych oraz sporządzanie dokumentacji sprzedażowej.

14. Obsługa systemów informatycznych wykorzystywanych w rezerwacji i sprzedaży usług turystycznych.
15. Prowadzenie i archiwizacja dokumentacji związanej z obsługą klienta.
16. Analiza rynku usług turystycznych oraz identyfikowanie aktualnych trendów w turystyce.
17. Obserwacja działań konkurencji i ocena atrakcyjności ofert rynkowych.
18. Udział w działaniach marketingowych i promocyjnych przedsiębiorstwa.
19. Doskonalenie umiejętności komunikacyjnych w bezpośredniej i telefonicznej obsłudze klienta.
20. Kształtowanie kultury obsługi klienta zgodnie z zasadami savoir-vivre i etyki zawodowej oraz budowanie pozytywnego wizerunku firmy.

---

## **2. Sektor organizacji turystycznych**

(Regionalne i Lokalne Organizacje Turystyczne, jednostki samorządowe, stowarzyszenia, fundacje, media branżowe)

1. Zapoznanie z zakresem obowiązków pracowników oraz zasadami podziału odpowiedzialności.
2. Poznanie podstaw prawnych regulujących działalność organizacji turystycznych.
3. Zapoznanie z dokumentami strategicznymi (strategie rozwoju turystyki, programy promocji regionu).
4. Analiza celów i kierunków rozwoju jednostki w obszarze turystyki.
5. Udział w opracowywaniu regionalnych produktów turystycznych.
6. Współdziałanie w przygotowywaniu materiałów promujących produkty turystyczne regionu.
7. Udział w działaniach marketingowych i promocyjnych (media społecznościowe, kampanie informacyjne, targi turystyczne).
8. Współpraca z przedstawicielami branży turystycznej w zakresie tworzenia wspólnej oferty promocyjnej.
9. Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z partnerami lokalnymi i regionalnymi.
10. Udział w organizacji wydarzeń turystycznych i kulturalnych o zasięgu lokalnym i regionalnym.
11. Współpraca przy koordynacji działań logistycznych związanych z realizacją wydarzeń.
12. Poznanie zasad finansowania działalności turystycznej oraz źródeł pozyskiwania środków (dotacje, projekty, fundusze UE).
13. Udział w przygotowywaniu dokumentacji projektowej w zakresie projektów turystycznych.

14. Zapoznanie z zasadami realizacji i rozliczania projektów turystycznych.

---

### **3. Sektor atrakcji turystycznych**

(parki narodowe, muzea, obiekty historyczne, parki rozrywki, ośrodki sportowo-rekreacyjne)

1. Zapoznanie z zakresem obowiązków pracowników oraz zasadami koordynacji działań.
  2. Udział w planowaniu oferty edukacyjnej skierowanej do szkół i grup zorganizowanych.
  3. Udział w planowaniu oferty rekreacyjnej dla turystów indywidualnych i grupowych.
  4. Współpraca z biurami podróży w zakresie organizacji pobytów i wyjazdów grupowych.
  5. Współdziałanie ze szkołami w zakresie organizacji wycieczek i zajęć edukacyjnych.
  6. Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego przy realizacji projektów turystycznych.
  7. Poznanie zasad zarządzania ruchem turystycznym w obiekcie lub regionie.
  8. Analiza sezonowości ruchu turystycznego oraz sposobów jego optymalizacji.
  9. Organizacja i współorganizacja wydarzeń tematycznych oraz imprez plenerowych.
  10. Udział w działaniach promujących wydarzenia i ofertę jednostki.
  11. Analiza świadczenia usług dodatkowych (noclegowych, gastronomicznych, rekreacyjnych).
  12. Ocena standardów jakości usług oferowanych turystom.
  13. Monitorowanie poziomu satysfakcji klientów (np. analiza opinii i ankiet).
  14. Ocena jakości obsługi turystów w kontakcie bezpośrednim i pośrednim.
- 

### **4. Sektor promocji i informacji turystycznej**

(wojewódzkie i lokalne centra informacji turystycznej, punkty IT, multimedialne punkty informacyjne)

1. Zapoznanie z organizacją pracy punktu informacji turystycznej.
2. Poznanie zakresu obowiązków pracowników systemu informacji turystycznej.
3. Segmentacja odbiorców informacji turystycznej oraz identyfikacja ich potrzeb.
4. Dostosowywanie komunikatów i form przekazu do różnych grup docelowych (turyści indywidualni, grupy zorganizowane, turyści zagraniczni).

5. Gromadzenie danych dotyczących walorów przyrodniczych, kulturowych i historycznych regionu.
  6. Aktualizacja i weryfikacja informacji o bazie noclegowej, gastronomicznej i rekreacyjnej.
  7. Przetwarzanie i katalogowanie danych o produktach turystycznych regionu.
  8. Tworzenie materiałów informacyjnych (notatki, opisy atrakcji, komunikaty).
  9. Współdziałanie w opracowywaniu materiałów promocyjnych (foldery, ulotki, treści na stronę internetową).
  10. Współpraca z touroperatorami, pilotami wycieczek oraz przewodnikami turystycznymi.
  11. Udzielanie informacji turystycznej klientom w formie bezpośredniej, telefonicznej i elektronicznej.
  12. Udział w organizacji kampanii promocyjnych w mediach tradycyjnych.
  13. Udział w działaniach promocyjnych w mediach elektronicznych i społecznościowych.
  14. Monitorowanie opinii turystów dotyczących jakości świadczonych usług informacyjnych.
- 

mgr Agnieszka Szewczyk

Kierunkowy Opiekun ds. praktyk studenckich