



Wyższa Szkoła
Turystyki i Ekologii
w Suchej
Beskidzkiej



Menedżer hotelu - studia podyplomowe

Numer usługi 2024/04/03/18793/2111691

7 300,00 PLN brutto

7 300,00 PLN netto

36,87 PLN brutto/h

36,87 PLN netto/h

📍 Kraków / stacjonarna

🏠 Studia podyplomowe

🕒 198 h

📅 16.11.2024 do 31.07.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Absolwenci dowolnego kierunku studiów wyższych (minimum licencjat).
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	15-11-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	198
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	Studia podyplomowe

Cel

Cel edukacyjny

Nabycie wiedzy z zakresu hotelarstwa, jego cech i znaczenia na rynku turyst., nowoczesnych metod i technik zarządzania hotelem; analizowania procesów zachodzących na rynku usług hotelarskich; nabycie i rozwijanie

umiejętności zarządczych, profesjonalnej obsługi klienta, komunikacji marketingowej przy użyciu różnych technik, określania priorytetów służących realizacji celów, organizowania pracy w zespole. Absolwent jest przygotowany do realizowania zadań zawodowych menedżera hotelu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa cele i priorytety przedsiębiorstwa hotelarskiego	formułuje cele strategiczne przedsiębiorstwa hotelarskiego przygotowuje plan realizacji poszczególnych zadań i projektów, w tym procesu inwestycyjnego w hotelarstwie ocenia ryzyka związane z realizacją celów strategicznych przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
Identyfikuje źródła informacji niezbędne w zarządzaniu strategicznym hotelu	wyszukuje i selekcjonuje informacje związane z planowaniem strategicznym w hotelarstwie interpretuje przepisy prawne dotyczące działalności hotelarskiej analizuje zebrane dane, w tym raporty wewnętrzne, zewnętrzne analizy rynkowe, opracowania branżowe oraz publikacje naukowe konsultuje się z ekspertami w celu uzyskania opinii mających wpływ na podejmowane decyzje strategiczne	Test teoretyczny
Planuje i wdraża zasady kształtowania wizerunku hotelu oraz budowania relacji z otoczeniem	wyjaśnia istotę kształtowania wizerunku hotelu oraz budowania relacji z otoczeniem dobiera odpowiednie metody i narzędzia do planowania i wdrażania zasad kształtowania wizerunku hotelu oraz budowania relacji z otoczeniem	Test teoretyczny
Identyfikuje nowoczesne kanały komunikacji	wymienia i opisuje kanały komunikacji w hotelarstwie dobiera kanały komunikacji adekwatnie do preferencji wybranych grup docelowych	Test teoretyczny
Stosuje nowoczesne narzędzia marketingowe	omawia trendy konsumenckie i trendy w popycie turystycznym wyjaśnia istotę marki w hotelu opisuje główne narzędzia i aktualne kierunki rozwoju marketingu hotelowego dobiera narzędzia marketingowe wg różnych kryteriów planuje strategie marketingowe i budżet marketingowy	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje innowacyjne metody, narzędzia i technologie	wyszukuje informacje dotyczące najnowszych trendów technologicznych w branży hotelarskiej wskazuje przykłady użycia sztucznej inteligencji i automatyzacji w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa hotelowego komunikuje się przy użyciu nowoczesnych technologii IT wymienia korzyści i zagrożenia związane z rozwojem nowoczesnych technologii w kontekście ich wykorzystania w działalności hotelarskiej	Test teoretyczny
Stosuje przepisy prawne obowiązujące w działalności hotelarskiej	omawia różne formy prawne prowadzenia działalności hotelarskiej oraz korzyści i ograniczenia z nimi związane wymienia i objaśnia kluczowe przepisy prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej wymienia organy kontrolne i obszary prowadzenia kontroli w hotelu wdraża i nadzoruje respektowanie przepisów Prawa Pracy i BHP w hotelu opisuje konsekwencje naruszenia obowiązujących przepisów	Test teoretyczny
Organizuje i monitoruje pracę działów operacyjnych hotelu	omawia cele i zadania działów operacyjnych hotelu opracowuje procedury funkcjonowania poszczególnych działów omawia zasady wdrażania procedur bezpieczeństwa sanitarnego wynikającego z pandemii COVID-19 dobiera rodzaj i zakres kontroli pracy działów hotelu formułuje wnioski i zalecenia pokontrolne	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Buduje relacje z klientami	omawia narzędzia marketingowe służące kształtowaniu relacji z klientem hotelowym wskazuje czynniki mające wpływ na lojalność klienta analizuje oczekiwania i potrzeby różnych grup gości hotelowych dobiera narzędzia ICT w celu nawiązania i utrzymania relacji z klientami opracowuje ofertę handlową dostosowaną do indywidualnych potrzeb klienta, w tym w oparciu o zrozumienie segmentacji behawioralnych wymienia i interpretuje przepisy prawne odnoszące się do pozyskiwania i przechowywania danych klientów	Test teoretyczny
Organizuje i nadzoruje proces pozyskania pracowników	opracowuje profile kompetencyjne dla stanowisk w hotelu opisuje zasady planowania i realizacji procesu rekrutacji omawia kluczowe przepisy prawa pracy związane z zatrudnieniem pracowników	Test teoretyczny
Organizuje i nadzoruje rozwój kadry	wskazuje korzyści wynikające z udziału w różnych formach doskonalenia zawodowego kadry pracowniczej analizuje potrzeby szkoleniowe pracowników opisuje zasady wynagradzania i systemy premiowe wraz z korzyściami płynącymi z ich stosowania ocenia efektywność wykorzystanych metod rozwoju pracowników	Test teoretyczny
Deleguje zadania i uprawnienia	wyznacza obowiązki i uprawnienia pracowników na poszczególnych stanowiskach pracy prawidłowo ocenia złożoność i stopień trudności zadań pracowniczych prawidłowo komunikuje się z pracownikami w trakcie realizacji zadań	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Monitoruje proces zarządzania finansami przedsiębiorstwa hotelarskiego	wyjaśnia podstawowe pojęcia stosowane w rachunkowości i finansach przedsiębiorstwa hotelarskiego charakteryzuje strukturę bilansu i rachunku wyników rozumie i interpretuje wskaźniki finansowe wskazuje metody pozyskiwania środków finansowych na działalność hotelu tworzy lub współtworzy plany finansowe hotelu uaktualnia wiedzę z zakresu rachunkowości i standardów finansowych odpowiednio do zakresu działalności hotelu	Test teoretyczny
Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów dot. finansów przedsiębiorstwa hotelarskiego	uzasadnia rolę przygotowania ekonomicznego w zarządzaniu finansami hotelu identyfikuje problemy dot. finansów przedsiębiorstwa hotelarskiego przedstawia korzyści wynikające z aktualizowania wiedzy z zakresu finansów i rachunkowości w hotelarstwie	Test teoretyczny
Organizuje dział sprzedaży w hotelu	planuje działania sprzedażowe dostosowane do segmentacji oraz strategii pozyskiwania i utrzymania klientów omawia zasady organizacji działu sprzedaży opisuje zasady konstrukcji polityki cenowej hotelu	Test teoretyczny
Monitoruje pracę działu sprzedaży	opracowuje kalkulacje cenowe i oferty opisuje zasady skutecznej prezentacji oferty opracowuje plany sprzedażowe opracowuje warunki współpracy w zakresie prowadzenia sprzedaży monitoruje konkurencję tworzy i analizuje efektywne raporty sprzedażowe	Test teoretyczny
Stosuje Revenue Management (RM)	wyjaśnia podstawowe pojęcia związane z RM omawia zasady wyliczania podstawowych wskaźników RM wskazuje centra generowania przychodów i ich udział w kreowaniu zysku opracowuje dzienny budżet przychodów tworzy i analizuje forecast	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Podjmuje decyzje w różnych warunkach, w tym w warunkach nieprzewidywalnych	wykorzystuje różne źródła informacji, dane oraz narzędzia informatyczne w podejmowaniu decyzji ocenia przydatność i wiarygodność wykorzystywanych informacji, w tym informacji ze źródeł internetowych określa czynniki mające wpływ na podejmowanie decyzji dobiera metody podejmowania decyzji do rodzaju problemu tworzy plany awaryjne na wypadek wystąpienia sytuacji problemowych i konfliktowych	Test teoretyczny
Dobiera środki, metody, narzędzia niezbędne do realizacji zamierzonych celów	omawia zasady zorganizowanego działania tworzy harmonogram realizacji zamierzonych celów, określający podział zadań, narzędzia i zasoby przeznaczone dla ich osiągnięcia określa problemy i bariery związane z realizacją celu oraz działania wyprzedzające ich wystąpieniu ocenia stopień realizacji zamierzonych celów	Test teoretyczny
Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy	analizuje silne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w odniesieniu do otoczenia oraz przedsiębiorstwa hotelarskiego ocenia potencjał rynku planuje działania prowadzące do realizacji celów biznesowych hotelu	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Kwalifikacje	Menedżer hotelu
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji	13884
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	Wydział Turystyki i Rekreacji; Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchoj Beskidzkiej
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak

Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	Wydział Turystyki i Rekreacji; Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej
Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR	Nie

Program

Program studiów:

Zarządzanie procesem inwestycyjnym w branży hotelarskiej
 Systemy hotelowe i modele zarządzania
 Uwarunkowania prawne w hotelarstwie
 Zarządzanie budynkiem
 Zasoby ludzkie
 Organizacja pionów operacyjnych (Rooms Division – Front Office + Housekeeping)
 Zarządzanie gastronomią hotelową
 Komunikacja marketingowa
 Sprzedaż i dystrybucja
 Organizacja wydarzeń przemysłu spotkań
 Zarządzanie ceną (Revenue Management)
 Organizacja i zarządzanie strefą spa&wellness
 Rachunkowość zarządcza
 Informatyzacja i robotyzacja w hotelu

Usługa jest realizowana w godzinach dydaktycznych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.				

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 300,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 300,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto	36,87 PLN
Koszt osobogodziny netto	36,87 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 z 5

Janusz Mitulski

Starszy Dyrektor ds. Rozwoju sieci Marriott International, odpowiedzialny za rozwój sieci na obszarze Europy Środkowo – Wschodniej, Krajów Bałtyckich oraz Ukrainy. W 2015 roku przeszedł do Marriott International z firmy doradczej Horwath HTL Polska, gdzie przez ponad pięć lat był partnerem i szefem w zespole doradztwa hotelowego i turystycznego. W tym okresie zaangażowany był w blisko 200 projektów – zarówno w Polsce, jak i w innych krajach naszego regionu. Zanim rozpoczął pracę w konsultingu, pracował w sieci Qubus Hotel. Był tam m.in. dyrektorem dwóch hoteli, a następnie przez ponad pięć lat dyrektorem sprzedaży i marketingu całej sieci w Polsce. Przez wiele lat był wiceprezesem, a następnie członkiem Rady Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego oraz trenerem Akademii Hotelarza. Współautor Hotel Guidebook oraz konferencji Hotel Trends Poland & CEE, wykładowca akademicki. Absolwent Wydziału Prawa Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz studiów MBA na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu, a także członek międzynarodowej organizacji zawodowej The Royal Institution of Chartered Surveyors (MRICS).



2 z 5

Agnieszka Kasprzak

Hotelarstwo, zarządzanie, sprzedaż Revenue Manager w Louvre Hotels Group. W hotelarstwie pracuje od 1990 roku. Swoją przygodę z hotelarstwem rozpoczęła w hotelu Victoria InterContinental (obecnie Sofitel Victoria) w dziale rezerwacji. W ciągu 15 lat obejmowała różne funkcje związane ze sprzedażą i marketingiem usług hotelowych aż do objęcia stanowiska Revenue Managera hotelu. Od 2005 roku zajmowała się wdrożeniem metod RM w Grupie Hotelowej Orbis jako Regionalny Revenue Manager. W kwietniu 2011 objęła stanowisko Revenue Managera w Louvre Hotels Group, obecnego w Polsce pod markami hoteli: Golden Tulip, Campanile, Premiere Classe. Od września 2017 r. pełni funkcję International RM Director w Louvre Hotels Group. Absolwentka Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu. Trener biznesu, autorka szkoleń z zakresu Revenue Management. Posiada szerokie doświadczenie w realizacji procesów dydaktycznych jako wykładowca podczas siedmiu edycji studiów podyplomowych Menedżer Hotelu realizowanych przez Wyższą Szkołę Turystyki i Ekologii.



3 z 5

Marcin Ziobro

Hotelarstwo, zarządzanie, obsługa klienta, sprzedaż. Wykładowca WSTiE, od ponad 20 lat związany z branżą turystyczną i hotelarstwem (grupa Orbis/Accor, Novotel Kraków City West – kierownik ds. sprzedaży korporacyjnej; dyrektor ds. sprzedaży i marketingu w Vienna International Hotels & Resorts: Andel's Hotel Cracow i Chopin Hotel Cracow, regionalny dyrektor ds. sprzedaży). W latach 2015-2017 dyrektor sprzedaży i marketingu oraz dyrektor generalny w Hilton Garden Inn Kraków Airport, autor programu działań CSR. W latach 2017-2019 dyrektor butikowego Pałacu Bonerowskiego***** w Krakowie. Od 2019 do 2021 roku Dyrektor Generalny dwóch dużych hoteli i centrum konferencyjnego w Krakowie – Best Western Premier i Best Western Express. Od 2022 roku dyrektor generalny pięciogwiazdkowego hotelu H15 Luxury Palace w centrum Krakowa. Absolwent kierunku Turystyka i Rekreacja w krakowskiej Akademii Wychowania Fizycznego. Niezależny trener biznesu, autor szkoleń w zakresie sprzedaży, obsługi klienta i zrównoważonego rozwoju w hotelach. Posiada szerokie doświadczenie w realizacji procesów dydaktycznych jako wykładowca m.in. na studiach podyplomowych Menedżer Hotelu realizowanych przez Wyższą Szkołę Turystyki i Ekologii.



4 z 5

Ireneusz Węglowski

Hotelarstwo, zarządzanie, transakcje, nieruchomości. Prezes Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego. Przewodniczący Rady Polskiej Organizacji Turystycznej. W latach 1991-2021 pełnił funkcję wiceprezesa Orbis S.A., gdzie działał w obszarze zarządzania nieruchomościami hotelowymi, uczestniczył także w restrukturyzacji spółki, która miała na celu zmianę modelu biznesowego i skupienie się na hotelarstwie jako podstawowej działalności firmy. Jest doświadczonym praktykiem i specjalistą w dziedzinie transakcji hotelowych. Z powodzeniem brał udział w realizacji wielu projektów zbycia niestrategicznych dla spółki nieruchomości. Od 2014 roku pełni funkcję prezesa Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego – organizacji reprezentującej interesy polskich hotelarzy na szczeblu lokalnym, krajowym i unijnym, będącej członkiem międzynarodowej organizacji HOTREC, zrzeszającej hotele, restauracje i kawiarnie w Europie. Absolwent studiów ekonomicznych w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Posiada doświadczenie w realizacji procesów dydaktycznych jako wykładowca podczas dziewięciu edycji studiów podyplomowych Menedżer Hotelu realizowanych przez Wyższą Szkołę Turystyki i Ekologii.



5 z 5

Bartłomiej Walas

Dziekan Wydziału Turystyki i Rekreacji WSTiE. Absolwent Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie i Instytutu Studiów Wyższych nad Turystyką na Sorbonie, doktor nauk o kulturze fizycznej, specjalista w zakresie polityki turystycznej i marketingu turystycznego. Pracę naukowo-dydaktyczną łączył z praktyką gospodarki turystycznej na kierowniczych stanowiskach w Oddziale Instytutu Turystyki oraz Krakowskim Przedsiębiorstwie Turystycznym Wawel-Tourist. Od 1996 roku związany z Urzędem Kultury Fizycznej i Turystyki, a następnie Polską Organizacją Turystyczną, piastując w latach 1996-2008 stanowisko dyrektora Polskiego Ośrodka Informacji Turystycznej w Paryżu, odpowiedzialnego za promocję turystyczną Polski na rynku francuskim. W latach 2008-2017 pełnił funkcję wiceprezesa Polskiej Organizacji Turystycznej, odpowiadając za strategię i promocję na rynkach zagranicznych. Prowadzi liczne wykłady monograficzne i szkolenia z zakresu marketingu terytorialnego. Autor koncepcji Strategii marketingowej Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 oraz między innymi strategii marki Polish Prestige Hotels&Resorts. Członek Rady Społecznej przy Ministrze Sportu i Turystyki I kadencji. Członek Rady Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w wersji elektronicznej oraz testy online dostępne na dedykowanej dla uczestników platformie e-learningowej.

Informacje dodatkowe

Pozostali prowadzący: Arkadiusz Dawidowski, Wiktor Siegiel, Leszek Przybyłka, Lidia Wiszniewska, Dorota Malinowska, Joanna Kulesza, Bogdan Czajkowski, Tomasz Schweda, Andrzej Przeniosło

Adres

ul. Basztowa 25
31-156 Kraków
woj. małopolskie

Miejsce realizacji usługi: ul. Basztowa 25, 31-156 Kraków

Kontakt



Lucyna Jurzak

E-mail lucynajurzak@wste.edu.pl

Telefon (+48) 338 744 605