



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

Wyższa Szkoła
Turystyki i Ekologii
w Suchoj
Beskidzkiej



📍 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 |
|---|--|---|
| <p>Określa cele i priorytety przedsiębiorstwa hotelarskiego</p> <p>Identyfikuje źródła informacji niezbędne w zarządzaniu strategicznym hotelu</p> | <p>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</p> <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Planuje i wdraża zasady kształtowania wizerunku hotelu oraz budowania relacji z otoczeniem</p> <p>Identyfikuje nowoczesne kanały komunikacji</p> | <p>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</p> <p>wymienia i opisuje kanały komunikacji w hotelarstwie dobiera kanały komunikacji adekwatnie do preferencji wybranych grup docelowych</p> | <p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Stosuje nowoczesne narzędzia marketingowe</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|--|--|---|
| <p>Stosuje innowacyjne metody, narzędzia i technologie</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Stosuje przepisy prawne obowiązujące w działalności hotelarskiej</p> <p>Organizuje i monitoruje pracę działów operacyjnych hotelu</p> | <p>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</p> <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p> |

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

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|--|-------------------------|
| <p>Monitoruje proces zarządzania finansami przedsiębiorstwa hotelarskiego</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów dot. finansów przedsiębiorstwa hotelarskiego</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Organizuje dział sprzedaży w hotelu</p> | <p>planuje działania sprzedażowe dostosowane do segmentacji oraz strategii pozyskiwania i utrzymania klientów omawia zasady organizacji działu sprzedaży opisuje zasady konstrukcji polityki cenowej hotelu</p> | <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Monitoruje pracę działu sprzedaży</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Stosuje Revenue Management (RM)</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|--|-------------------------|
| <p>Podjmuje decyzje w różnych warunkach, w tym w warunkach nieprzewidywalnych</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Dobiera środki, metody, narzędzia niezbędne do realizacji zamierzonych celów</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |
| <p>Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy</p> | <p>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</p> | <p>Test teoretyczny</p> |

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 Suchej 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