



MODELOWY PROGRAM DOSKONALENIA ZAWODOWEGO
dla nauczycieli kształcenia zawodowego oraz instruktorów
praktycznej nauki zawodu z zakresu turystyki i gastronomii
opracowany w ramach projektu

**„Modelowy program doskonalenia zawodowego nauczycieli
w przedsiębiorstwach”**

współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach
Europejskiego Funduszu Społecznego
na podstawie umowy
z Ministerstwem Edukacji Narodowej
nr UDA –POKL. 03.04.03-00-074/10-00

Część I – Turystyka

Część II – Hotelarstwo

Część III – Gastronomia

- 1) Programy staży
- 2). Programy szkoleń merytorycznych
- 3). Program szkolenia metodycznego – zajęcia z e-learningu





KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt „Modelowy program doskonalenia zawodowego
nauczycieli w przedsiębiorstwach”
współfinansowany przez Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



CZĘŚĆ I

PROGRAM STAŻU ZAWODOWEGO

DLA NAUCZYCIELI

KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO

W ZAKRESIE TURYSTYKI

AUTORZY PROJEKTU : KRZYSZTOF SKUTELA,

MONIKA SAWKA

PAŹDZIERNIK 2011

Projektodawca:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biuro Projektu:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



**Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego**



SPIS TREŚCI:

Cel stażu	4
I. Program podstawowy zadań do realizacji w trakcie odbywanego stażu	4
Cel programu podstawowego	4
1. Ogólne zapoznanie się z charakterem Biura Podróży.....	4
2. Zapoznanie się ze sposobami pracy biurowej w Biurze Podróży.....	4
3. Rozpoznanie przestrzeni biura pod kątem obsługi klienta i sprzedaży imprez turystycznych.....	5
4. Obsługa klienta w Biurze Podróży.....	5
5. Analiza instrumentów marketingowych stosowanych w Biurze Podróży.....	5
6. Udział w tworzeniu strony internetowej i/lub katalogu Biura Podróży.....	6
II. Program specjalistyczny (do wyboru) zadań do realizacji w trakcie odbywanego stażu	6
Cel programu specjalistycznego	6
Opcja 1- specjalizacja touroperatorska	6
1. Zapoznanie się z ofertą Touroperatora.....	6
2. Tworzenie produktu/ imprezy turystycznej.....	6
3. Współpraca z kontrahentami Touroperatora.....	7
4. Współpraca z ubezpieczycielem oraz pośrednictwo wizowe.....	7
5. Przygotowanie teczek imprezy turystycznej.....	8
6. Zamknięcie imprezy turystycznej.....	8
7. Współpraca z filiami/agentami Touroperatora.....	9
Opcja 2- specjalizacja agencyjna	9
1. Zapoznanie się z dostępną ofertą w agencji turystycznej.....	9
2. Sprzedaż imprez turystycznych w agencji turystycznej.....	9
3. Współpraca agencji turystycznej z touroperatorami.....	10





CEL STAŻU: podniesienie kwalifikacji nauczycieli przedmiotów zawodowych z zakresu turystyki poprzez nabycie umiejętności praktycznych związanych z pracą w biurze podróży.

I. PROGRAM PODSTAWOWY ZADAŃ DO REALIZACJI W TRAKCIE ODBYWANEGO STAŻU (80 GODZIN):

CEL PROGRAMU PODSTAWOWEGO: nabycie ogólnych umiejętności związanych z pracą w biurze podróży.

1. Ogólne zapoznanie się z charakterem Biura Podróży (8 godzin):

- segment rynku turystycznego, rodzaje organizowanych lub sprzedawanych imprez turystycznych, klient docelowy (4 godziny)
- analiza procedur prawnych rejestracji i funkcjonowania Biura Podróży na rynku oraz dokumentacji potwierdzającej to funkcjonowanie (4 godziny)
- *w ramach możliwości i potrzeb wizyta w odpowiednich urzędach, instytucjach w celu dokonania stosownych aktualizacji

2. Zapoznanie się ze sposobami pracy biurowej w Biurze Podróży (7 godzin):

- obsługa sprzętu biurowego (1 godzina)
- rozwiązania organizacyjne stosowane w Biurze Podróży (2 godziny)
- obsługa korespondencji mailowej, listowej oraz formatek rezerwacyjnych (2 godziny)
- zapoznanie się ze sposobami katalogizacji i archiwizacji dokumentacji biurowej (2 godziny)





3. Rozpoznanie przestrzeni biura pod kątem obsługi klienta i sprzedaży imprez

turystycznych (20 godzin):

- sposoby przyjmowania klienta (2 godziny)
- wizualizacja oferty wewnątrz i na zewnątrz pomieszczenia biurowego, dostępność katalogów imprez turystycznych oraz innych materiałów reklamowych (4 godziny)
- bezpośrednia sprzedaż imprez turystycznych (6 godzin)
- sprzedaż imprez turystycznych przez internet, obsługa komputerowych systemów rezerwacyjnych/sprzedażowych (8 godzin)

4. Obsługa klienta w Biurze Podróży (20 godzin):

- nawiązanie kontaktu z klientem (2 godziny)
- prezentacja oferty (4 godziny)
- zawieranie umów o uczestnictwo w imprezach turystycznych z klientami: program imprezy, warunki uczestnictwa (6 godzin)
- bezpośrednia i zdalna obsługa klienta pod kątem udzielania informacji niezbędnych do uczestnictwa w imprezie turystycznej: wymagania zdrowotne, wizowe, przepisy celne, informacje dewizowe (6 godzin)
- kontakt z klientem po powrocie z imprezy turystycznej (2 godziny)

5. Analiza instrumentów marketingowych stosowanych w Biurze Podróży (15 godzin):

- ustalanie sposobów promocji (4 godziny)
- wyszukiwanie nowych sposobów promocji oraz organizowanie reklamy Biura Podróży w internecie i/lub innych środkach masowego przekazu (4 godziny)
- stosowane przez Biuro Podróży sposoby badania rynku: ankiety/ kwestionariusze dla klientów w celu badania jakości wykonywanych usług, oczekiwań konsumentów, nowych tendencji (3 godzin)





- tworzenie bazy klientów oraz listy potencjalnych klientów (4 godziny)
- 6. Udział w tworzeniu strony internetowej i/lub katalogu Biura Podróży (10 godzin):**
- tworzenie i edycja informacji tekstowych oraz elementów wizualnych (5 godzin)
 - umieszczanie informacji tekstowych oraz elementów wizualnych w witrynie internetowej i/lub w projekcie katalogu (5 godzin)

II. PROGRAM SPECJALISTYCZNY (DO WYBORU) ZADAŃ DO REALIZACJI W TRAKCIE ODBYWANEGO STAŻU (80 GODZIN):

CEL PROGRAMU SPECJALISTYCZNEGO: nabycie umiejętności związanych z organizacją imprez turystycznych (staż u organizatora turystyki) lub ze sprzedażą imprez turystycznych (staż w agencji turystycznej).

OPCJA 1 – SPECJALIZACJA TOUOPERATORSKA (STAŻ ODBYWANY U ORGANIZATORA TURYSTYKI):

- 1. Zapoznanie się z ofertą Touoperatora (10 godzin):**
 - analiza programów imprez turystycznych organizowanych przez Touoperatora (7 godzin)
 - analiza warunków uczestnictwa w imprezach turystycznych Touoperatora (3 godziny)
- 2. Tworzenie produktu/ imprezy turystycznej (15 godzin):**
 - tworzenie programu imprezy: rodzaj, idea i cel imprezy, grupa docelowa (5 godzin)
 - tworzenie kalkulacji imprezy: składowe ceny imprezy, marża, ryzyko kursowe (5 godzin)





- analiza możliwości realizacji imprezy ze względu na warunki prawne (np. ograniczenia logistyczne wynikające ze stosowania się do zasad czasu pracy kierowców), organizacyjne (np. wielkość i wiek grupy turystycznej, środki transportu, miejsca noclegowe), geograficzno-przestrzenne, społeczno-polityczne (3 godziny)
- zasady bezpieczeństwa, a także potencjalne sytuacje problemowe i sposoby ich rozwiązywania (2 godziny)
- *w ramach możliwości i potrzeb stworzenie nowej imprezy turystycznej dla Touroperatora

3. **Współpraca z kontrahentami Touroperatora (20 godzin):**

- analiza umów kontrahenckich, kontraktów, warunków współpracy oraz procedur rezerwacji (3 godziny)
- analiza sposobów współpracy oraz internetowych systemów rezerwacji usług turystycznych (3 godziny)
- prowadzenie korespondencji z kontrahentami, zapytania ofertowe, zamawianie świadczeń oraz negocjacje warunków i cen usług świadczonych przez kontrahentów (10 godzin)
- wyszukiwanie nowych kontrahentów/ofert umożliwiających realizację oferowanych już lub wprowadzanych do sprzedaży imprez turystycznych (2 godziny)
- obsługa przelewów bankowych, transferów pieniężnych pomiędzy Tourooperatorem a kontrahentami (2 godziny)

4. **Współpraca z ubezpieczycielem oraz pośrednictwo wizowe (8 godzin):**

- analiza warunków obowiązkowych ubezpieczeń dla uczestników imprez turystycznych (2 godziny)





- rekonesans ofert ubezpieczenia KL i NNW na rynku usług ubezpieczeniowych i ewentualne podjęcie współpracy z nowym ubezpieczycielem (2 godziny)
- zgłaszanie ubezpieczycielowi wniosków/list uczestników imprez turystycznych oraz procedura zgłaszania szkody (2 godziny)
- składanie wniosków wizowych w imieniu uczestników imprezy turystycznej (2 godziny)
- *w ramach potrzeby kontakt bezpośredni lub korespondencja z ambasadą/konsulatem Państwa, do którego turyści są wysyłani

5. Przygotowanie teczki imprezy turystycznej (10 godzin):

- przygotowanie biletów komunikacyjnych oraz voucherów i innych dokumentów potwierdzających dokonanie rezerwacji/wykupienie usług dla grupy turystycznej (2 godziny)
- przygotowanie list uczestników, np. autokarowa, rooming list, lista płatności w trakcie imprezy, lista z danymi kontaktowymi (2 godziny)
- przygotowanie polisy i dokumentów ubezpieczeniowych (2 godziny)
- przygotowanie informacji niezbędnych dla właściwej realizacji imprezy przez pilota wycieczki, dotyczących: programu, uczestników, rezerwacji oraz kontrahentów (2 godziny)
- przygotowanie funduszu podstawowego i awaryjnego imprezy oraz umowy dla pilota (2 godziny)
- *w ramach możliwości uczestnictwo w odprawie pilota wybranej imprezy turystycznej

6. Zamknięcie imprezy turystycznej (7 godzin):

- przyjęcie pilota wycieczki po odbytej imprezie turystycznej, odbiór rachunków, faktur, funduszy, dokumentacji oraz analiza zrealizowanego programu,





- współpracy z kontrahentami, ewentualnych sytuacji problemowych lub uwag (2 godziny)
- rozpatrywanie ewentualnych reklamacji ze strony uczestników, ustosunkowanie się Touroperatora i odpowiedź na reklamacje, korespondencja i kontakt z klientami (3 godziny)
- rozliczanie imprezy turystycznej, kalkulacja rzeczywistych kosztów i zysków z imprezy (2 godziny)

7. Współpraca z filiami/agentami Touroperatora (10 godzin):

- analiza sprzedaży filialnej/agencyjnej (3 godziny)
- tworzenie umów agencyjnych/umów o współpracę (3 godziny)
- analiza i kalkulacja systemu prowizyjnego dla agentów (2 godziny)
- wyszukiwanie nowych agentów i podejmowanie z nimi współpracy (2 godziny)

OPCJA 2 – SPECJALIZACJA AGENCYJNA (STAŻ ODBYWANY W AGENCJI TURYSTYCZNEJ):

1. Zapoznanie się z dostępną ofertą w Agencji Turystycznej (15 godzin):

- analiza kierunków dostępnych w sprzedaży (4 godziny)
- rodzaje imprez turystycznych dostępnych w sprzedaży (4 godziny)
- dodatkowa sprzedaż w Agencji Turystycznej: biletów lotniczych, autokarowych, ubezpieczeń turystycznych (7 godzin)

2. Sprzedaż imprez turystycznych w Agencji Turystycznej (50 godzin):

- kontakt z klientem, rozpoznanie jego potrzeb i oczekiwań pod kątem dostępnych ofert w Agencji Turystycznej (5 godzin)
- wybór imprezy spośród ofert różnych touroperatorów (10 godzin)
- prezentacja wybranych katalogów i ofert (5 godzin)
- przesyłanie oferty przez internet (5 godzin)





- udzielanie informacji niezbędnych do zawarcia umowy o uczestnictwo w imprezie turystycznej dotyczących danego touroperatora: programu, ceny, ilości i jakości świadczonych usług, wymagań zdrowotnych, ubezpieczenia i wiz (5 godzin)
- obsługa komputerowych systemów rezerwacyjnych/sprzedażowych poszczególnych touroperatorów (15 godzin)
- obsługa przelewów bankowych i transferów pieniężnych (5 godzin)

3. **Współpraca Agencji Turystycznej z touroperatorami (15 godzin):**

- analiza sprzedaży oraz warunków umów agencyjnych (4 godziny)
- analiza systemu prowizyjnego poszczególnych touroperatorów oraz rozliczanie się z nimi (4 godziny)
- wystawianie faktur prowizyjnych (4 godziny)
- wyszukiwanie nowych touroperatorów i podejmowanie z nimi współpracy (3 godziny)





**PROGRAM SZKOLENIA MERYTORYCZNEGO DLA NAUCZYCIELI
ORAZ INSTRUKTORÓW PRAKTYCZNEJ NAUKI ZAWODU
Z ZAKRESU **TURYSTYKI** (PRACA BIUR PODRÓŻY)**

w ramach projektu:

„Modelowy program doskonalenia zawodowego nauczycieli
w przedsiębiorstwach”

Projekt realizowany przez Szkołę Wyższą im. Bogdana Jańskiego,

Wydział Zamiejscowy w Krakowie

AUTOR PROGRAMU

Dr Tomasz Dziejczak

Warszawa/Kraków 2011/2012

Projektodawca:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biuro Projektu:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



**Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego**



W ramach głównego celu stażu szkoleniowego dla nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie turystyki, jakim jest podniesienie kwalifikacji nauczycieli przedmiotów zawodowych z zakresu turystyki poprzez nabycie umiejętności praktycznych związanych z pracą w biurze podróży wyodrębniona jest część programu podstawowa. Poprzedza ona część stażu odbywanego w przedsiębiorstwie. Zagadnienia ujęte w tej części mają na celu nabycie ogólnych orientacji o kwestiach związanych z pracą w biurze podróży oraz praktycznej wiedzy o miejscu biura podróży w gospodarce turystycznej, jego uwarunkowaniach formalnych, funkcjonalnych, ekonomicznych, marketingowych, technologicznych, kulturowych, środowiskowych i innych. Celem tej części szkolenia jest zapoznanie uczestników z aktualną strukturą rynku i typem przedsiębiorstw, rzeczywistymi problemami i metodami ich rozwiązywania w biurze podróży i jego otoczeniu. Nabycie tych doświadczeń umożliwi bardziej efektywne i racjonalne odbycie następnych etapów szkolenia nauczycieli przewidzianych w projekcie.

Szkolenie podzielone jest na 8 bloków tematycznych i zawiera zarówno elementy wykładowe, jak i ćwiczeniowe. W znacznym stopniu koresponduje z zakresem, tematyką i celem ogólnej części stażu w przedsiębiorstwie (tj. w biurze podróży). Wyszczególniona tematyka zajęć odpowiada podziałowi na godziny lekcyjne (z wyjątkiem kilku przypadków, gdzie zaznaczono inaczej).

Program zawiera sugerowane pozycje literatury jako uzupełnienie zasobów wiedzy i umiejętności zdobytych na zajęciach.

Program zajęć

Blok I Część wprowadzająca (8 godzin)

1. Turystyka jako istotna część współczesnej gospodarki światowej (podstawowe informacje o światowym rynku turystycznym, turystyce międzynarodowej, głównych rynkach emisyjnych i recepcyjnych)
2. Czynniki wzrostu aktywności turystycznej i rynku turystycznego
3. Elementy poznania i różnicowania kulturowego w turystyce





4. Aspekt ekologiczny współczesnej turystyki – walor środowiska naturalnego jako część produktu turystycznego
5. Aspekt ekologiczny współczesnej turystyki – zagrożenie degradacją jako efekt turystyki masowej
6. Kryzys finansowy i gospodarczy 2008-2009 i jego skutki oraz procesy zachodzące na globalnym, europejskim i polskim rynku turystycznym
7. Główne trendy we współczesnej turystyce
8. Oczekiwane (przewidywane) zmiany w turystyce w przyszłości

Literatura uzupełniająca

1. R. Duda, *Tożsamość narodowa w wielokulturowej Europie*, w: *Narody w Europie; tożsamość i wzajemne postrzeganie*, pod red. L. Zielińskiego i M. Chamita, wyd. Wyższej Szkoły Gospodarki, Bydgoszcz 2007.
2. W. Guzicki, *Polityczno-społeczne podłoże integracji państw i narodów w Europie*, w: *Narody w Europie; tożsamość i wzajemne postrzeganie*, pod red. L. Zielińskiego i M. Chamita, wyd. Wyższej Szkoły Gospodarki, Bydgoszcz 2007.
3. M.W. Kozak, *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój; między starym a nowym paradygmatem*, Wyd. naukowe Scholar, W-wa 2009; rozdz. 3 „Turystyka przyrodnicza: formy i trendy”; rozdz. 4 „Turystyka kulturowa: problem bogactwa form”; rozdz. 5 : „Ku nowemu paradygmatowi: od <<mieć>> do <<przeżywać>>”; rozdz. 7 „Turystyka w Polsce na tle świata”.
4. *Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015*, wyd. Polska Organizacja Turystyczna, W-wa 2008.
5. M. Mika, *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej*; w: *Turystyka*, praca zbiorowa pod red. Naukową W. Kurka, Wyd. Naukowe PWN, W-wa 2008

Blok II Biuro podróży, jego charakter i usytuowania na rynku (8 godzin)

1. Pojęcie gospodarki turystycznej i jego zasadnicze elementy
2. Biuro podróży jako podmiot gospodarczy
3. Ustawa o usługach turystycznych jako wyznacznik ram prawnych dla biur podróży
4. Prawa konsumenta w Polsce i Unii Europejskiej wynikające z innych regulacji prawnych niż Ustawa o usługach turystycznych





5. Procedura rejestracji/zakładania biura podróży – forma ćwiczeń; szkoleni otrzymują komplet dokumentów do wypełnienia; pod kierunkiem prowadzącego zajęcia wypełniają je, adresują i opisują kolejne kroki warunkujące osiągnięcie końcowego celu
6. Podstawowa produktowa segmentacja rynku turystycznego
7. Podstawowa podmiotowa (pod kątem nabywców) segmentacja rynku turystycznego
8. Cele i motywy wyjazdów a rodzaje i formy imprez

Literatura uzupełniająca

6. A. Konieczna-Domańska, *Biura Podróży na rynku turystycznym*, PWN W-wa 1999
7. A. Konieczna-Domańska, *Gospodarka Turystyczna*, Zagadnienia wybrane, wyd. Kanon Warszawa 2007
8. T. Skalska, *Turystyka osób niepełnosprawnych*; w: Rocznik Naukowy 1/2003 WSTiR W-wa 2003.
9. D. Szostak, *Przedsiębiorstwo Turystyczne*; w: *Ekonomika turystyki*, pod red. naukową A. Panasiuka, Wyd. Naukowe PWN, W-wa 2007
10. *Ustawa o usługach turystycznych* wraz rozporządzeniami wykonawczymi i wzorami dokumentów; aktualna wersja

Blok III Metody, sposoby i formy organizacji pracy współczesnego biura podróży (8 godzin)

1. Najczęściej spotykane (typowe) i najbardziej nowoczesne, choć jeszcze rzadkie, urządzenia biurowe; problemy techniczne i logistyczne wynikające z eksploatacji różnego rodzaju urządzeń
2. Analiza schematu organizacyjnego typowego biura podróży w segmencie touroperatorskim – przykłady konkretnych biur istniejących na rynku [prowadzący zajęcia wskazuje na niedoskonałości/błędy w omawianych schematach].
3. Analiza schematu organizacyjnego typowego biura podróży w segmencie agencyjnym – przykłady konkretnych biur istniejących na rynku [prowadzący zajęcia wskazuje na niedoskonałości/błędy w omawianych schematach].
4. Rola intranetu we współczesnym przedsiębiorstwie; zakres i przykłady aplikacji intranetowych wykorzystywanych i stosowanych w biurach podróży
5. Podstawowe zasady prowadzenia korespondencji mailowej wraz z praktycznym ćwiczeniem formatowania typowych maili, wykorzystywania załączników, zapisywania





załączników, forwardowania, archiwizacji; odmienności poczty elektronicznej wobec tradycyjnej

6. Biurowi zewnętrzny system rezerwacyjny i jego relacje do intranetu (lub ich brak)
7. Aplikacje zewnętrznych systemów rezerwacyjnych wykorzystywane w biurze podróży – w zarysie; biura podróży internetowe a biura „normalne”
8. Zasady sposobu kontaktów ze światem w sytuacjach awaryjnych (awaria częściowa lub całkowita systemu łączności) i kryzysowych (sytuacje nadzwyczajne – komunikacja kryzysowa)

Blok IV Sprzedaż w biurze podróży wraz z elementami marketingu (11 godzin)

1. Miejsce i forma pierwszego kontaktu z klientem – znaczenie i rodzaje *body language*
2. Po co klient kontaktuje się z biurem podróży i jak możemy się o tym dowiedzieć?
3. Aranżacja przestrzeni recepcyjnej/biurowej i jej postrzeganie przez klienta (bariery i ułatwienia); najczęściej spotykane błędy w aranżacji przestrzeni
4. Formy, zakres i treść informacji o działaniach biura na jego terenie w najbliższym otoczeniu – wizualizacja oferty wewnątrz i na zewnątrz
5. Technika i technologia odpowiedzi na pytania klienta; rozwiązywanie problemu pytań, na które nie znamy odpowiedzi
6. Lada jako bariera dla klienta i praktyczne metody jej likwidacji
7. Ekran monitora jako źródło wiedzy tajemnej i praktyczne skutki tego faktu
8. Standardowe i niestandardowe fazy sprzedaży wycieczkowej imprezy turystycznej klientowi indywidualnemu
9. Standardowe i niestandardowe fazy sprzedaży usług turystycznych klientowi biznesowemu
10. Typy i rodzaje dokumentów związanych ze sprzedażą
11. Metody płatności za zakupione usługi (wady i zalety poszczególnych rozwiązań)





Literatura uzupełniająca

11. B. Dobiegała-Korona, *Wiedza o kliencie przesłanką rozwoju turystyki w Polsce*, w: *Turystyka jako dialog kultur*, praca zbiorowa wyd. Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2005.
12. Z. Kruczek, *Atrakcje turystyczne. Metody oceny ich odbioru – interpretacja*; w *Folia turistica* 13/2002, AWF Kraków 2002.
13. *Marketing usług turystycznych*, pod red. Naukową A. Panasiuka, Wyd. Naukowe PWN, W-wa 2006
14. *Obsługa ruchu turystycznego*, praca zbior. pod red. Z. Kruczka, wyd. III, Krakowska Szkoła Hotelarska, Kraków 2004; rozdz. 1. *Kultura obsługi i etyka zawodu*, rozdz. 2. Organizacja, struktura i zakres działalności biur podróży, rozdz. 8 Przepisy paszportowe, wizowe, celne i dewizowe, obowiązek meldunkowy, rozdz. 9 Ubezpieczenia turystyczne, rozdz. 10 Umowy w turystyce, rozdz. 12 Karty płatnicze w turystyce, rozdz. 13 Wzory dokumentów stosowanych w obsłudze ruchu turystycznego, rozdz. 14 Tworzenie produktu turystycznego. **[ta pozycja także do Bloku VII]**

Blok V Internet w biurze podróży (9 godzin)

1. Informacja, rezerwacja i sprzedaż w internecie, strony interaktywne; metody weryfikacji i testowania zastosowanych rozwiązań
2. Prezentacja wraz z możliwością praktycznego testowania komputerowego systemu sprzedaży internetowej w biurze podróży o statusie agencji
3. Prezentacja wraz z możliwością praktycznego testowania komputerowego systemu sprzedaży internetowej w biurze podróży o statusie tour operatora (2 godz.)
4. Prezentacja wraz z możliwością praktycznego testowania komputerowego systemu sprzedaży internetowej na platformie GDS, np. Amadeus (2 godz.)
5. Spojrzenie na komputerowe systemy sprzedaży oczami klienta
6. Komputerowe systemy sprzedaży jako bazy danych o produktach turystycznych
7. Komputerowe systemy sprzedaży jako bazy danych o klientach indywidualnych i zbiorowych; ich zakres, użyteczność a przepisy ustawy o ochronie danych osobowych

Literatura uzupełniająca

15. J. Hatte, *Internet w firmie*, Wyd. PWN, W-wa 1998
16. B. Leś, *ABC Internetu*, wyd. Edition, Kraków 1990
17. F. Rajkowski, *Internet w firmie*, Wyd. EMKA, W-wa 1999





Blok VI Obsługa klienta w biurze podróży (4 godziny)

1. Techniki i technologia prezentacji oferty; co faktycznie kupuje klient w biurze podróży?
2. Umowa o sprzedaży imprezy turystycznej jako kluczowy dokument wiążący strony tj. biuro podróży i klienta; warunki uczestnictwa w imprezie
3. Skargi i zażalenia – przed, w trakcie i po imprezie; rutynowe i nietypowe rodzaje skarg oraz sposoby/procedury postępowania ze skargami
4. Cele, rodzaje i sposoby utrzymywania kontaktu z klientem po zakończeniu imprezy.

Literatura uzupełniająca

18. M. Kachniewska, *Jak odnieść sukces w turystyce; Kultura jakości*, Wyd. Eurosystem Wiadomości Turystyczne, W-wa, 2002
19. *Kodeks dobrej praktyki zarządzania w usługach turystycznych*; pod red. J. Kowalczyka, MSiT, W-wa 2008, w tym rozdz. 1 „Zarządzanie w organizacji turystycznej”, rozdz. 3 „Zasady etyki zawodowej”, rozdz. 4 „Dobra praktyka zarządzania”.
20. E. Pietkiewicz, *Dobre obyczaje w turystyce*, Ośrodek Doskonalenia Kadr Orbis S.A., W-wa 1988.
21. J. Rewers, *Klient nasz pan, czyli wzorowa obsługa konsumenta*, Wyd. Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1997.

Blok VII Otoczenie biura podróży – partnerzy, dostawcy kooperanci (8 godzin)

1. Dostawcy usług składających się na program imprezy – firmy hotelarskie, transportowe, gastronomiczne, rozrywkowe, usługi specjalne itp.
2. Instytucje państwowe i samorządowe w kraju i zagranicą (w tym służby konsularne, organizacje odpowiedzialne za bezpieczeństwo, organizacje odpowiedzialne za promocje); zasady i możliwości współpracy
3. Biuro podróży a MSiT, POT, regionalne i lokalne organizacje turystyczne oraz organizacje samorządu gospodarczego (PIT i itp.)
4. Ubezpieczenia i towarzystwa ubezpieczeniowe
5. Instytucje finansowe (w tym banki) i ich znaczenie dla funkcjonowania biura podróży (gwarancje, kredyty, płatności itp.)





6. Rola pilota/rezydenta jako pracownika biura podróży (w tym w turystyce przyjazdowej)
7. Rola lokalnego przewodnika w imprezie turystycznej (w tym w turystyce przyjazdowej)
8. Formy i zakres kooperacji między biurami podróży (wspólne przedsięwzięcia, konsorcja, okazjonalna współpraca, wymiana informacji, wymiana produktów)

Literatura uzupełniająca

22. W. Alejziak, *Programowanie rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym*; w: *Gospodarka turystyczna w regionach*, materiały pokonferencyjne, Polskie Stowarzyszenie Turystyki, Warszawa 1999.
23. K. Borkowski, Z. Kruczek, D. Pląder, J. Raciborski, J. Zdebski, *Pilotaż wycieczek zagranicznych*, PU-S Mentor, Kraków 1992.
24. T. Gawlik, *Odpowiedzialność prawna przewodników turystycznych i pilotów wycieczek*, O/Stołeczny PTTK, W-wa 2000.

Blok VIII Turystyka biznesowa i klient biznesowy (4 godziny)

1. Rodzaje turystyki biznesowej
2. Specyfika i odmienność klienta biznesowego od innych typów klientów – praktyczne skutki dla odmiennej obsługi tego segmentu klientów; klient zbiorowy i indywidualny; umowy biur podróży z klientami biznesowymi (w tym umowy trójstronne);
3. Ekonomiczne skutki i działania marketingowe w obszarze turystyki biznesowej dla biur podróży i innych dostawców usług
4. *Incentive tours* jako specjalny rodzaj turystyki biznesowej

Literatura uzupełniająca

25. B. J. Dąbrowska, *Turystyczne zachowania Europejczyków podróżujących w celach służbowych na przykładzie piętnastu „starych” krajów członkowskich Unii Europejskiej*; w: *Turystyka biznesowa*; zbiór materiałów pokonferencyjnych, wyd. WSTiH Gdańsk 2007.
26. B. Dziedzic, *Podróże służbowe*, Wyd. Portal Edukacyjny Podróże Firm, W-wa 2009
27. J. Kozłowski, *Podróże służbowe w czasach e-gospodarki*; w: *Turystyka biznesowa*; zbiór materiałów pokonferencyjnych, wyd. WSTiH Gdańsk 2007.
28. A. Szwichtenberg, *Fenomen podróży motywacyjnych w Polsce i na świecie*; w: *Turystyka biznesowa*; w: zbiór materiałów pokonferencyjnych, wyd. WSTiH Gdańsk 2007.





Efekt szkolenia

Zasadniczym efektem tej części szkolenia będzie zwiększenie kompetencji nauczycieli przedmiotów zawodowych w zakresie wiedzy o aktualnej sytuacji w gospodarce turystycznej, najnowszych trendach w turystyce polskiej i światowej, cechach podmiotów występujących na rynku turystycznym, praktycznych problemach występujących w biurach podróży oraz sposobach ich rozwiązywania. W oparciu o konkretne przykłady uczestnicy szkolenia zwiększą swoje umiejętności w zakresie operowania właściwymi pojęciami, relacji między nimi i diagnozowania właściwych metod postępowania.





CZĘŚĆ II

PROGRAM STAŻU ZAWODOWEGO

DLA NAUCZYCIELI

KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO

W ZAKRESIE HOTELARSTWA

AUTOR PROJEKTU

Mgr Wojciech Liszka

Grudzień 2011





Spis treści

I. Cel stażu	22
II. Jednostki organizacyjne i struktura zatrudnienia w przedsiębiorstwie hotelowym	22
III. Plan stażu szkoleniowego	24
1. Zapoznanie z hotelem w praktyce	24
2. Program stażu w dziale recepcji	24
3. Praktyka w dziale obsługi pokoi	25
4. Praktyka w dziale gastronomii	25
5. Praktyka w dziale rezerwacji	25
6. Staż w dziale operacji konferencyjnej	26
7. Staż w dziale sprzedaży i marketingu	26





I. Cel stażu

Celem stażu jest polepszenie zrozumienia praktycznych aspektów pracy w przedsiębiorstwie hotelowym realizowanych na każdym etapie obsługi gościa: od próby pozyskania w dziale sprzedaży, negocjacje i ustalenie szczegółów pobytu w działach konferencji i bankierów oraz rezerwacji, do praktyki operacyjnej w działach gastronomii, recepcji i obsługi pokoi. Celem szkolenia poza praktyką jest umożliwienie lepszego zrozumienia procesów decyzyjnych, wdrożenia i realizacji przyjętych strategii w zakresie zarządzania przychodami i kosztami aby generować najlepsze wyniki dla właścicieli konkretnego przedsiębiorstwa hotelowego.

II. Jednostki organizacyjne przykładowego przedsiębiorstwa hotelowego i struktura zatrudnienia

Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa hotelowego może się różnić w zależności od ilości pokoi, pojemności i ilości sal konferencyjnych oraz ilości oferowanych usług dodatkowych (restauracje, bary, pralnia, cukiernia, fitness itp.)

Co do zasady, działalność hotelu należy dzielić na administracyjną i operacyjną.

Do działów administracyjnych zaliczamy:

- 1) Biuro Dyrektora Generalnego
- 2) Dział Rezerwacji i Kontroli Przychodów
- 3) Dział Finansowy (i podległe IT oraz Dział Zakupów)
- 4) Dział Kadr
- 5) Dział Sprzedaży i Marketingu

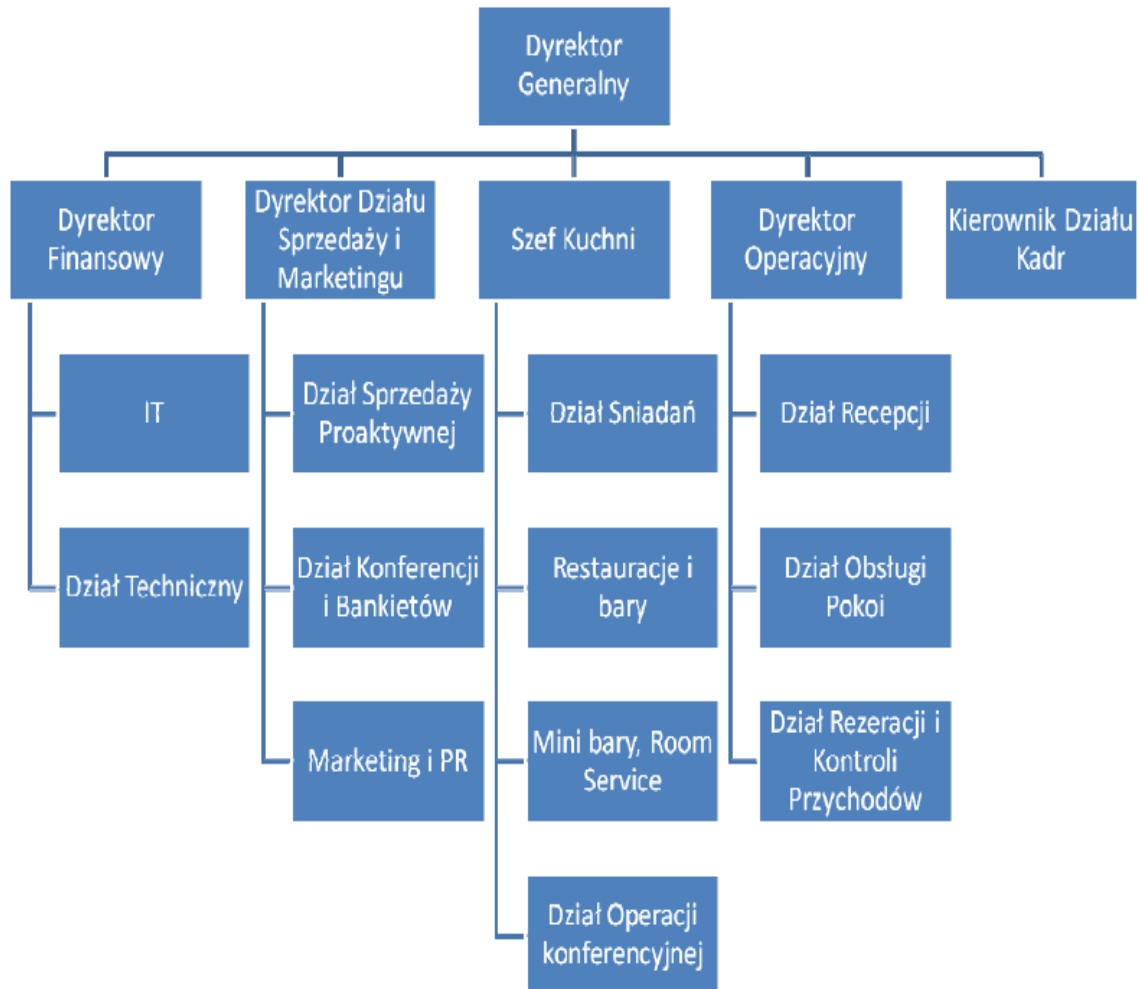
Działania operacyjne realizowane są w następujących departamentach:

- 1) Dział Recepcji
- 2) Dział Obsługi Pokoi
- 3) Dział Gastronomii (Restauracje, bary, room service, mini bary)
- 4) Dział Techniczny





Struktura zatrudnienia przykładowego przedsiębiorstwa hotelowego





III. Plan stażu szkoleniowego

1. Zapoznanie z hotelem: (8h)

- Zwiedzanie hotelu „front / back of the house”
- Struktura zatrudnienia i kompetencji działowych
- Strona internetowa hotelu i materiały promocyjne
- Standardy, podstawowe koncepty hotelowe
- Business mix / business model. Przychody i koszty jako składowe wyniku finansowego hotelu

2. Praktyka w Dziale Recepcji (32h)

- Wstęp do Zarządzania Działem Recepcji (8h)
 - ✓ Dienne obowiązki Kierownika Recepcji
 - ✓ Procedury recepcyjne
 - ✓ Usługi Concierge
 - ✓ Uczestnictwo w miesięcznym spotkaniu działowym
 - ✓ Programy motywacyjne
 - ✓ Kluczowe obszary zarządzania Działem Recepcji
 - ✓ Programy lojalnościowe
 - ✓ Zarządzanie przychodami i rozchodami działowymi
 - ✓ Metody badania satysfakcji gości (Golden Question Index, QPR, Trip advisor, Medallia)
 - ✓ Personalized Service
 - ✓ Rozpatrywanie skarg gości oraz zadośćuczynienia – Make It Right
- Zapoznanie z praktyką w Dziale Recepcji (24h)
 - ✓ System zmianowy / przekazanie zmiany recepcyjnej
 - ✓ Nocny audyt
 - ✓ Obowiązki zmian dziennych
 - ✓ Wprowadzenie do hotelowego systemu rezerwacyjnego





- ✓ Check in/ check out
- ✓ Zewnętrzne usługi na terenie hotelu- koordynacja i współpraca
- ✓ Obsługa gościa in-house (One Touch Service)

3. Praktyka w Dziale Obsługi Pokoi (Housekeeping) (24h)

- Wstęp do Zarządzania Działem Obsługi Pokoi (8h)
 - ✓ Kompetencje i obowiązki
 - ✓ Kluczowe obszary w Zarządzaniu Działem Obsługi Pokoi
 - ✓ Prognozowanie kosztów personelu
 - ✓ Prognozowanie kosztów pralni
 - ✓ Zarządzanie personelem w Dziale Obsługi Pokoi
- Zapoznanie z praktyką pracy w Dziale Obsługi Pokoi (16h)

4. Praktyka w Dziale Gastronomii (24h)

- Wstęp do Zarządzania hotelowym Działem Gastronomii (8h)
 - ✓ Dostępne outlety hotelowe
 - ✓ Kalkulacja „food cost, beverage cost”/ Rentowność w Dziale Gastronomii
 - ✓ Zarządzanie zapasami
- Praktyka w hotelowej restauracji śniadaniowej i kuchni (8h)
- Praktyka w hotelowej restauracji a la carte (8h) i barze (w sumie 8h)
- Praktyka w hotelowym barze (8h)

5. Praktyka w Dziale Rezerwacji (32h)

- Revenue Management (Zarządzanie Przychodami) (8h)
 - ✓ Zarządzanie dostępnością
 - ✓ Zarządzanie cenami
 - ✓ Kanały dystrybucji
- Dział rezerwacji indywidualnych (16h)





-
- ✓ Standardy przyjmowania rezerwacji telefonicznych i mailowych
 - ✓ Rodzaje zamawianych usług
 - ✓ Formy płatności
 - ✓ Rozmowa z gościem
- Dział rezerwacji grupowych (8h)
- ✓ Przygotowywanie ofert, kontraktów
 - ✓ Negocjacje z klientem
 - ✓ Serie grup turystycznych
 - ✓ Obsługa grup biznesowych (rooming lista, VIP, procedura obsługi grup)
6. Praktyka w Dziale Operacji Konferencyjnej (8h)
- Aktywna pomoc przy realizacji funkcji konferencyjnej / bankietowej
7. Praktyka w Dziale Sprzedaży i Marketingu (32h)
- Wprowadzenie do sprzedaży hotelowej (8h)
- ✓ Odpowiadanie na zapytania
 - ✓ Follow up
 - ✓ Proces dokonywania kwotowań
 - ✓ Unique Selling Points
 - ✓ Zapoznanie z konkurencją
 - ✓ Podstawy skutecznej sprzedaży i negocjacji w praktyce: Spotkania z klientami
- Praktyka w Dziale Organizacji Konferencji (16h)
- ✓ Oferty i umowy konferencyjne
 - ✓ Wprowadzenie do hotelowego systemu CRM
 - ✓ Zarządzanie rezerwacjami grupowymi w hotelowym systemie rezerwacyjnym
- Marketing i PR hotelowy, Social media (8h)





KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt „Modelowy program doskonalenia zawodowego
nauczycieli w przedsiębiorstwach”
współfinansowany przez Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



**PROGRAM SZKOLENIA MERYTORYCZNEGO DLA NAUCZYCIELI
ORAZ INSTRUKTORÓW PRAKTYCZNEJ NAUKI ZAWODU
Z ZAKRESU **HOTELARSTWA****

w ramach projektu:

„Modelowy program doskonalenia zawodowego nauczycieli
w przedsiębiorstwach”

Projekt realizowany przez Szkołę Wyższą im. Bogdana Jańskiego,

Wydział Zamiejscowy w Krakowie

AUTOR PROGRAMU

WOJCIECH LISZKA

Projektodawca:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biuro Projektu:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



**Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego**

Wstęp

Szkolenie kierowane jest do nauczycieli przedmiotów zawodowych związanych z hotelarstwem.

Celem szkolenia jest podniesienie wiedzy praktycznej nauczycieli przedmiotów związanych z hotelarstwem, aby dostarczali swoim uczniom wiedzę lepiej dopasowaną do oczekiwań przedsiębiorców i coraz bardziej konkurencyjnego rynku pracy.

Szkolenie jest przygotowaniem do odbycia stażu w wybranym przedsiębiorstwie hotelowym i ma dać podstawy zrozumienia praktyki działania hoteli i zasad w nich funkcjonujących. Odpowiednie przygotowanie teoretyczne, zminimalizuje czas konieczny do wdrożenia do pracy na poszczególnych stanowiskach i pomoże maksymalnie wykorzystać czas stażu dla podniesienia kwalifikacji uczestników.

Szkolenie obejmować będzie dziesięć bloków- pięć czterogodzinnych i pięć ośmiogodzinnych. Każdy z bloków obejmuje część wykładową oraz warsztatową. Wybrane zajęcia obejmują również analizę rynku hotelarskiego obejmującą inspekcje w wybranych hotelach oraz zajęcia w wykorzystaniem dostępu do internetu.

Program zajęć:

I. Co uczestnicy pragną osiągnąć poprzez cykl szkoleniowy (Zajęcia + staż w hotelu) (1h)

- Wprowadzenie
- Ankieta + dyskusja
- Zapoznanie uczestników

II. Zapoznanie ze specyfiką prowadzenia przedsiębiorstwa hotelowego (3h)

- Specyfika prowadzenia biznesu hotelowego 1-5*
- Konsekwencje decyzji dotyczących wyboru odpowiedniej kategorii hotelu dla danego budynku, lokalizacji i rynku. Różnice w prowadzeniu biznesu hotelowego i rentowności w poszczególnych kategoriach.
- Hotel prywatny czy sieciowy? Rodzaje umów zawieranych przez właścicieli z sieciami hotelowymi.
- Droga do zysków w przedsiębiorstwie hotelowym. Maksymalizacja przychodów czy minimalizacja kosztów? Volumen gości czy jak najwyższa cena?



- Podział organizacyjny i struktura zatrudnienia w przedsiębiorstwie hotelowym.
- Praca zespołowa wszystkich działów kluczem do sukcesu hotelu.

III. Hotel oczami klienta. Co decyduje o wyborze odpowiedniego obiektu hotelowego? (8h)

- Kategorie klientów hotelowych- business mix
- Praca w grupach- inspekcje hotelowe
- SWOT (Analiza rynku hotelarskiego)
- Pozycjonowanie hoteli na rynku i czynniki wpływające na decyzje klientów
- Szukanie unikalnego miejsca na rynku

Zajęcia w grupach 2-5 osobowych

IV. Pożądany pracownik hotelu. Jakich ludzi poszukujemy? (4h)

- Aktualna sytuacja na rynku hotelowych ofert pracy
- Jak pomóc młodym ludziom zaplanować swoją karierę
- Przygotowanie do procesu rekrutacji
- Poszukiwanie pracy
- Przygotowanie CV
- Rozmowa o pracę

V. Standardy obsługi gościa hotelowego – od tego zależy czy gość do nas trafi a następnie powróci

– część 1 (8h)

- „15 on the phone”- odbieranie rozmów telefonicznych (1h) (zajęcia z wykorzystaniem telefonu)
- Przyjmowanie rezerwacji indywidualnych (1h- teoria + zajęcia warsztatowe)
- Obsługa grup turystycznych i biznesowych (Przygotowanie zapytań testowe i analiza odpowiedzi otrzymanych od hoteli oraz testowe rozmowy telefoniczne- zajęcia w grupach)

Zajęcia oparte o zadanie do wykonania pomiędzy blokami IV i V.

VI. Standardy obsługi gościa hotelowego – od tego zależy czy gość do nas trafi a następnie powróci

– część 2 (12h)

- Obsługa gościa w działach operacyjnych
- Specyfika pracy w działach operacyjnych





- Zmianowy system pracy
- Używanie nazwiska gościa
- Badanie satysfakcji gościa
- Check in
- Check out
- Reklamacje
- Obsługa gości VIP
- Obsługa gości niepełnosprawnych
- Upselling w rezerwacji, recepcji i gastronomii

Wszystkie tematy składają się z części wykładowej i scenek rodzajowych.

VII Obsługa gościa konferencyjnego (8h)

- Znaczenie segmentu grup biznesowych dla branży hotelowej
- Zrozumienie różnych rodzajów ustawień sal konferencyjnych
- Najnowsze trendy w branży spotkań
- Eventy w hotelach, centrach konferencyjnych i unikalnych obiektach
- Spotkania jako narzędzia komunikacyjne, integracyjne i marketingowe

VIII. Kanały dystrybucji w sprzedaży pokoi hotelowych (4h)

- Sprzedaż przez własną stronę internetową czy portale sprzedaży usług hotelowych?
- Analiza najpopularniejszych portali sprzedaży usług hotelowych oraz stron internetowych wybranych hoteli (warsztaty z wykorzystaniem dostępu do internetu)
- B2B i B2C. Koncepty „gwarancji najlepszej ceny” (Best price guarantee)

IX. Sprzedaż – tu się wszystko zaczyna (8h)

- Segmenty klientów B2B
- Sprzedaż pokoi w segmencie korporacyjnym
- Sprzedaż usług konferencyjnych
- Przyjmowanie rezerwacji konferencyjnej przez telefon (1h- teoria + zajęcia warsztatowe)
- Proces „follow up”





-
- Rodzaje ustawień konferencyjnych (warsztat)
 - Przygotowanie idealnej oferty M&E (warsztat)
 - Function sheet- przekazywanie grup z administracji do operacji (teoria + warsztat)
 - Techniki sprzedaży i negocjacji

X. Wstęp do zarządzania przychodami i kosztami (3h)

- Co to jest budżetowanie i forecastowanie
- Na czym polega zarządzanie przychodami?
- Na czym polega zarządzanie kosztami?
- Czynniki wpływające na przyjęcie odpowiedniej strategii
- Business mix
- Zajęcia warsztatowe: Zarządzanie przychodami na przykładzie wybranego hotelu

XI. Podsumowanie szkolenia (1h)

- Badanie satysfakcji uczestników
- Ankieta, ewaluacja sesji





KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt „Modelowy program doskonalenia zawodowego
nauczycieli w przedsiębiorstwach”
współfinansowany przez Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



CZĘŚĆ III

PROGRAM STAŻU ZAWODOWEGO

DLA NAUCZYCIELI

KSZTAŁCENIA ZAWODOWEGO

W ZAKRESIE GASTRONOMII

AUTOR PROJEKTU

Mgr Elżbieta Gładysz

Grudzień 2011

Projektodawca:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biuro Projektu:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



**Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego**



Spis treści

Cel stażu	34
I. Jednostki organizacyjne zakładu gastronomicznego	34
II. Stanowiska pracy w zakładzie gastronomicznym	35
III. Zakres stażu dotyczącego sali konsumpcyjnej	35
1. Kierownik Sali.....	35
2. Organizacja pracy na stanowisku kelner.....	36
3. Sommelier.....	38
4. Barman.....	39
IV. Zakres stażu w kuchni	40
1. Kuchnia zimna.....	40
2. Kuchnia gorąca.....	40
3. Kuchnia śniadaniowa.....	41
4. Kuchnia bankietowa i cateringowa.....	42
5. Dział kalkulacji cen gastronomicznych.....	43
V. Zakres stażu na zapleczu gastronomicznym	43
VI. Zaopatrzenie i magazyny	43
VII. Dział organizacji imprez gastronomicznych	44





CEL STAŻU:

pogłębienie wiedzy nauczycieli przedmiotów gastronomicznych, podniesienie umiejętności w zakresie fachowej, kompleksowej obsługi konsumenta w zakładach gastronomicznych, także podczas wszelkiego rodzaju bankietów, czy przyjęć okolicznościowych. W procesie szkoleniowym należy zwrócić szczególną uwagę na kształtowanie zasad etyki i kultury zawodowej, prawidłowych postaw, nawyków, sposobu komunikowania się i reagowania na życzenia konsumenta. Nie zapominając o doskonaleniu umiejętności wydatnie wpływających na rachunek ekonomiczny przedsiębiorstwa gastronomicznego.

I. JEDNOSTKI ORGANIZACYJNE ZAKŁADU GASTRONOMICZNEGO:

1. Restauracja
2. Kawiarnia
3. Bary
4. Kuchnia
5. Hotelowy zakład gastronomiczny dodatkowo :
 - room service
 - śniadania hotelowe
6. Zaplecze:
 - Zmywaki
 - Magazyny sprzętu gastronomicznego
 - Magazyny spożywcze
 - Chłodnie
 - Mroźnie
7. Biuro kalkulacji cen gastronomicznych
8. Zaopatrzenie spożywcze
9. Biuro organizacji imprez gastronomicznych





II. STANOWISKA PRACY W ZAKŁADZIE GASTRONOMICZNYM

1. Manager Restauracji
2. Szef zmiany Restauracji – Restaurant Supervisor
3. Kelner
4. Barman / Bartender
5. Szef kuchni / Executive Chef
6. Sous Chef / Zastępca Szefa Kuchni
7. Kucharz, Butcher, Pastry Cook,
8. Gospodarz zaplecza gastronomicznego
9. Zmywająco- sprzątający / pomoc kuchenna (steward)

Stanowiska biurowe:

10. Zaopatrzeniowiec
11. Referent ds. kalkulacji cen gastronomicznych
12. Referent ds. imprez gastronomicznych
13. F&B Manager (w hotelach),

III. ZAKRES STAŻU DOTYCZĄCEGO SALI KONSUMPCYJNEJ : razem 88 godzin

(restauracja, kawiarnia, sala śniadaniowa, bar)

Zapoznanie się ze sposobem organizacji pracy punktu gastronomicznego

- 1. Kierownik Sali** - zakres obowiązków i odpowiedzialności 16 godzin
 - kierowanie, koordynacja, kontrola pracy podległych mu pracowników: kelnerów barmanów
 - sporządzanie grafików pracy (urlopy, zastępstwa, dni wolne, wykorzystanie czasu pracy
 - kontrola zrealizowanych transakcji na zmianie, wysokości przychodów w punkcie gastronomicznych, wysokości upustów
 - fakturowanie imprez gastronomicznych





- zapewnienie przestrzegania i właściwego stosowania obowiązujących przepisów BHP, Ppoż., Sanepidu, Prawa pracy
- zapewnienie porządku i czystości obszaru, za który odpowiada
- zabezpieczenie sprzętu i wyposażenia gastronomicznego przed uszkodzeniem lub kradzieżą
- zgłaszanie właściwym służbom usterek i awarii
- sporządzanie raportów dobowych, prowadzenie dokumentacji gastronomicznej
- praca na sali – powitanie gości, prezentacja karty menu, przyjmowanie zamówień
- analiza opinii klientów
- nadzorowanie i opieka nad praktykantami

2. Organizacja pracy na stanowisku kelner

32 godziny

Przygotowanie do pracy: kwestia ubioru, czystości, wyposażenia kelnera.

Czynności przygotowujące salę konsumpcyjną do obsługi klienta

- Nakrycie stołu obrusem /rodzaje, dobór i zmiana
- Serwetki – rodzaje i sposoby ich formowania
- Zastawa stołowa – nakrywanie stołu
- Przeznaczenie poszczególnych elementów zastawy stołowej, szkła

Znajomość karty menu

- informacja klienta o jej zawartości,
- doradzanie w wyborze dań, metoda sugestywnej sprzedaży
- przyjmowanie i sprawna realizacja zamówienia.





Zasady współpracy z pozostałymi działami

- z kuchnią – składanie zamówień, przekazywanie uwag gości dot. dań, relacje kelner - kucharz
- zapleczem – pobieranie naczyń, bielizny gastronomicznej, sprzętu koniecznego do realizacji usługi
- zmywakiem- wynoszenie brudnych naczyń
- recepcją hotelową- przepływ informacji o gościu (sposoby obciążania)

Formy i techniki obsługi gościa

- rodzaje serwisów,
- aperitif- wykorzystanie wózka kelnerskiego
- technika przenoszenia naczyń i tac – droga czystych i brudnych naczyń
- podawanie potraw
- podawanie napojów alkoholowych oraz bezalkoholowych gorących i zimnych
- podawanie do stołu- czynności z lewej strony, z prawej strony, zbieranie naczyń ze stołu
- technika dodawania sztuczków do poszczególnych dań przy gościu
- organizacja i technika obsługi przy podawaniu przekąsek
- technika i zasady podawania zup
- zasady serwowania dań głównych
- desery: rodzaje, serwowanie,
- sorbet- definicja i praktyka
- zakończenie posiłku - digestive,
- wino, alkohol przy jedzeniu i w restauracji czy barze
- serwis specjalny - (tranzerowanie; filetowanie ryb; flambirowanie)
- napoje alkoholowe i bezalkoholowe – sposoby ich podawania
- rodzaje alkoholi i ich przeznaczenie, dobór do potraw





Rodzaje śniadań i obsługa na śniadaniu:

16 godzin

Śniadanie kontynentalne, amerykańskie, angielskie, regionalne, międzynarodowy bufet śniadaniowy, śniadanie bistro, wykwinny bufet

Kontrola i ewidencja gości uprawnionych *do śniadania w cenie pokoju*, organizacja i obsługa śniadań gości indywidualnych, grup turystycznych, grup konferencyjnych,

Room service- procedury przyjęcia zamówienia, technika wyserwowania śniadania do pokoju hotelowego.

Aranżacja sali śniadaniowej

Pozostałe funkcje kelnera - kelner jako "sprzedawca"

- Efektywne techniki sprzedaży
- Skuteczna komunikacja z gościem
- Kelner jako doradca kulinarny
- Realizacja dodatkowych usług

Psychologiczne aspekty obsługi gości

- Specyfika postaw poszczególnych typów gości
- Zachowanie w sytuacjach trudnych i konfliktowych
- Postępowanie w przypadku reklamacji i zażaleń
- Odstępstwa od reguł, standardów

3. Sommelier

8 godzin

- degustacja wina: zasady przeprowadzania, rodzaje aromatów
- zasady doboru wina do potrawy
- wzorcowy serwis wina: białego, czerwonego, szampana





- załatwianie reklamacji dotyczących wina
- serwis cygar
- przeprowadzenie analizy próbki wina

4. Barman

16 godzin

- sylwetka barmana- strój służbowy, postawa, charakterystyczne cechy zawodu, specyfika pracy i wymagane predyspozycje
- wyposażenie i sprzęt baru, przygotowanie baru do obsługi klienta, technikę sporządzania koktajli i napojów, serwowanie napojów przy barze, rozliczenie baru
- trudne sytuacje : gość „pod wpływem”, barman jako powiernik, oszustwa w barze

IV. ZAKRES STAŻU W KUCHNI: razem 48 godzin

1. podstawowe zagadnienia z zakresu BHP, P.poż. oraz pierwszej pomocy
2. elementy wyposażenia zaplecza gastronomicznego, zapoznanie się z nowoczesnymi urządzeniami i sprzętem kuchennym oraz zasady organizacji pracy w kuchni,
3. poznanie podstawowych zasad systemu HACCP
4. higiena produkcji kuchennej- zasady higieny produktów surowych i gotowych,
5. charakterystyka zagrożeń i zatruc; GMP/GHP/GCP
6. prawidłowa obróbka wstępna i termiczna produktów spożywczych dla zachowania ich walorów smakowych i bezpiecznego przechowywania
7. zasady racjonalnego doboru surowców i ich maksymalnego wykorzystania w kuchni (optymalizacja)
8. sposoby tworzenia oferty gastronomicznej- karta menu – receptury
9. wprowadzenie do cateringu

Projektodawca:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biuro Projektu:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego



Staż w kuchni restauracyjnej

1. *Kuchnia zimna.*

Zapoznanie się z organizacją pracy w kuchni zimnej.

8 godzin

Przygotowanie *mise-en-place* w kuchni zimnej (przygotowanie stanowiska pracy) w tym:

- zapoznanie się z recepturami potraw i menu
- przygotowanie narzędzi pracy od podstaw
- pobranie surowców
- przeprowadzenie obróbki wstępnej i rozdrobnienie
- przygotowanie baz do sosów zimnych
- przygotowanie sałatek i surówek
- udział w przygotowywaniu zakąsek i sosów zimnych (wspólna praca z szefem kuchni, kucharzami)
- udział w pracy nad zabezpieczeniem surowców przed zepsuciem, sprawdzaniem stanu magazynu na następny dzień, przygotowaniem zamówień na kolejny dzień, sprzątanie stanowiska pracy

2. *Kuchnia gorąca*

8 godzin

zapoznanie się z organizacją pracy w kuchni gorącej

- przygotowanie bazy do zup i sosów gorących (3dni)
- zapoznanie się z realizacją zamówienia kuchni gorącej zgodnie z kartą menu (zupy, makarony, zakąski gorące, potraw z ryb, potrawy z mięsa i inne dania)
- zabezpieczenie surowców, sprawdzenie stanu magazynu na następny dzień, przygotowanie zamówień na kolejny dzień, sprzątanie stanowiska pracy

Projektodawca:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biuro Projektu:

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego



3. **Kuchnia śniadaniowa**

8 godzin

Należy zwrócić uwagę by nauczyciel był wypoczęty i wyspany ponieważ praca w tym dziale często rozpoczyna się przed godziną 5 rano. Uczestnik powinien także dzień wcześniej zostać zapoznany z organizacją pracy przy przygotowywaniu śniadań.

Plan stażu w tym dziale będzie wykonany w 2 częściach:

1 część

(5 godzin)

- przygotowywanie, pieczenie pieczywa
- organizacja bufetu
- przygotowywanie napojów gorących i zimnych
- przygotowywanie jaj
- przygotowywanie potraw gorących
- pracę na stacji śniadaniowej (jeśli taka usługa oferowana jest przez Hotel)-
przygotowywanie jajeczniczy, jaj sadzonych, omletów etc.
- sprzątnięcie stanowiska po pracy, zabezpieczenie produktów

2 część

(3 godziny)

- przygotowywanie *mise-en-place* na kolejny dzień w tym:
- zapoznanie się z recepturami potraw i menu,
- przygotowanie narzędzi pracy, sprzętu
- pobranie surowców
- przeprowadzenie obróbki wstępnej
- obieranie owoców
- krojenie wędlin, mięs i serów
- zabezpieczenie produktów na kolejny dzień.





4. Kuchnia bankietowa lub/i cateringowa

8 godzin

Przed rozpoczęciem stażu w tym dziale stażysta musi poznać harmonogram realizowanej usługi i ilość osób dla której będzie ona realizowana, sposób i forma podania posiłków w plenerze, w lokalu nie gastronomicznym, podczas biesiady.

Praca w tym dziale będzie obejmowała:

- poznanie harmonogramu usługi i sposobu jego przygotowania
- analizę zamówienia na bankiet (przekazane z Dz. organizacji imprez gastronomicznych)
- przygotowywanie surowców
- przygotowywanie potraw z mięsa i ryb
- przygotowywanie zup i sosów
- przygotowywanie dodatków skrobiowych i warzywnych
- przygotowywanie deserów
- sposoby przygotowania wyrobów garmażeryjnych ich wykorzystania pod kątem cateringu
- nauka dekoracji i wydawania potraw
- techniki odpowiedniego żelowania gotowej potrawy
- w przypadku cateringu planowanie i przygotowywanie transportu sprzętu i potraw do miejsca wykonania usług
- sprzątanie po wykonanej usłudze

Podczas stażu w kuchni hotelowej i restauracyjnej, każda osoba ma swoje stanowisko pracy, na podstawie wcześniej sporządzonego harmonogramu pracy: jedna osoba obsługuje bufet, druga drinki, inna zajmuje się sprawdzeniem zamówienia na bufet, przygotowaniem sosów, zup, przygotowaniem surowców na bufet, etc





5. Dział kalkulacji cen gastronomicznych

16 godzin

- opracowywanie receptur
- tworzenie kart kalkulacyjnych
- kontrola marży gastronomicznej
- tworzenie kart menu
- kontrola produkcji kuchennej
- kontrola jakości dań
- prowadzenie dokumentacji wymaganej przy produkcji potraw

V. ZAKRES STAŻU NA ZAPLECZU GASTRONOMICZNYM

16 godzin

- prowadzenie ewidencji majątku zakładu gastronomicznego, kartoteki przychodów i rozchodów
- nadzór i kontrola zaopatrzenia w potrzebny sprzęt, środki czystości
- organizacja prac porządkowych w gastronomii
- organizacja pracy zmywaków
- prowadzenie magazynu bielizny stołowej
- dokumentacja dotycząca wydawania i przyjmowania bielizny gastronomicznej, sztućców, naczyń
- organizacja prac porządkowych na terenie zakładu gastronomicznego
- kontrola i analiza zużycia drobnego sprzętu i środków czystości
- protokołowanie strat i ubytków w sprzęcie i zastawie stołowej
- aranżacja dekoracji sal konsumpcyjnych

VI . ZAOPATRZENIE I MAGAZYN

8 godzin

- procedury zlecenia zakupu produktów spożywczych: od szefa kuchni, kierownika gastronomii, z zaplecza gastronomii





- wybór dostawcy, nawiązywanie kontaktów handlowych- negocjacje cenowe
- przyjmowanie dostaw, magazynowanie, uzupełnianie zapasów
- inwentaryzacje- przygotowanie dokumentów oraz kontrolny spis z natury

VII. DZIAŁ ORGANIZACJI IMPREZ GASTRONOMICZNYCH

8 godzin

- współpraca z działem marketingu, rezerwacja hotelową
- opracowywanie ofert gastronomicznych, przyjmowanie zleceń
- prowadzenie grafiku sal wielofunkcyjnych,
- ustalanie z klientem imprez specjalnych, form płatności, przygotowanie umów z kontrahentami
- procedury zlecenia imprezy do realizacji : do kuchni, do kierowników sali
- monitorowanie konkurencji





KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt „Modelowy program doskonalenia zawodowego
nauczycieli w przedsiębiorstwach”
współfinansowany przez Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



**PROGRAM SZKOLENIA MERYTORYCZNEGO DLA NAUCZYCIELI
ORAZ INSTRUKTORÓW PRAKTYCZNEJ NAUKI ZAWODU
Z ZAKRESU **GASTRONOMII****

w ramach projektu:

„Modelowy program doskonalenia zawodowego nauczycieli
w przedsiębiorstwach”

Projekt realizowany przez Szkołę Wyższą im. Bogdana Jańskiego,

Wydział Zamiejscowy w Krakowie

AUTOR PROGRAMU

Mgr Piotr Lenczewski

Projektodawca:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biurowo Projektu:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



**Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego**



PROGRAM SZKOLENIA

WSTĘP

Szkolenie adresowane jest do nauczycieli przedmiotów zawodowych z branży gastronomicznej.

Celem szkolenia jest:

- pogłębienie wiedzy nauczycieli przedmiotów gastronomicznych, podniesienie umiejętności w zakresie fachowej, kompleksowej obsługi konsumenta w zakładach gastronomicznych
- zaktualizowanie specjalistycznej wiedzy merytorycznej z zakresu gastronomii
- kształtowanie zasad etyki i kultury zawodowej, prawidłowych postaw, nawyków, sposobu komunikowania się i reagowania na życzenia konsumenta.
- nabycie przez nauczycieli umiejętności przygotowania uczniów do pracy w sektorze, przy uwzględnieniu aktualnych wymagań pracodawców i potrzeb rynku pracy

MATERIAŁ NAUCZANIA

- przygotowanie uczestników do stażu w obiektach gastronomicznych

Moduł I

Historia gastronomii, zagadnienia związane z branżą – 10h

1. Historia gastronomii

- Historia gastronomii w Polsce i na świecie – *Podstawy gastronomii* – Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2010, s. 9-45

- Historia rozwoju gastronomii - *Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią (org. Hospitality Management)* Tim Knowles, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2001, s. 21-22

2. Rynek usług i segmenty rynku usług gastronomicznych - *Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią (org. Hospitality Management)* Tim Knowles, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2001, s. 230-233

3. Charakterystyka konsumentów - *Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią (org. Hospitality Management)* Tim Knowles, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2001, s. 233-236





4. Produkt gastronomiczny

- Charakterystyka komponentów produktu gastronomicznego - *Podstawy gastronomii* – Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2010, s. 151-185

Moduł II

Jednostki organizacyjne i stanowiska w obiektach gastronomicznych – 10h

1. Działalność usługowa gastronomii

- Charakterystyka zakładów i punktów gastronomicznych, aktualne trendy w specjalizacji obiektów gastronomicznych - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziąja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 12-18
- Zwyczaje żywieniowe różnych narodowości - *Zasady i organizacja żywienia w turystyce*, Piotr Dominik, Almamer Szkoła Wyższa, Warszawa 2011, s. 143-178

2. Gastronomia hotelowa

- Struktura organizacyjna hotelowego działu gastronomicznego - *Gastronomia we współczesnym hotelu*, Piotr Dominik, Almamer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2008, s. 43-56

3. Jednostki organizacyjne restauracji

- Stanowiska pracy w części usługowej - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziąja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 32-34
- Działy funkcjonalne sali restauracyjnej - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziąja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 26-29

4. Jednostki organizacyjne kuchni

- Organizacja pracy, stanowiska pracy w kuchni - *Organizacja i technika pracy w zakładzie*





gastronomicznym, Zbigniew Witkiewicz, Stanisław Wilgocki, Publikacja Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 17-37

- Działy funkcjonalne kuchni - *Organizacja i technika pracy w zakładzie gastronomicznym*, Zbigniew Witkiewicz, Stanisław Wilgocki, Publikacja Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 45-62

Warsztaty: Zapoznanie się z hotelowym działem gastronomicznym w jednym z 5* hoteli w Krakowie, spotkanie z Szefem Kuchni - pytania, spostrzeżenia, dyskusja.

Ćwiczenia: przygotowanie listy możliwych rodzajów kuchni regionalnych, krajowych itp.

Moduł III

Obsługa konsumenta – 20h

1. Charakterystyka zatrudnienia i wymogi stawiane pracownikom

- Charakterystyka zatrudnienia i wymogi stawiane pracownikom - *Organizacja i technika pracy w zakładzie gastronomicznym*, Zbigniew Witkiewicz, Stanisław Wilgocki, Publikacja Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 184-191

- Wizerunek zawodowy kelnera - *Zasady zbiorowego żywienia z elementami technologii gastronomicznej i obsługi klienta*, Bożena Granecka, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 1998, s. 92-93

- Predyspozycje zawodowe i cechy osobowe kelnera - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziaja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 37-40

- Prezentacja kelnera - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziaja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 41-44

- Etyka, estetyka i etykieta w obiekcie gastronomicznym - *Polskie hotelarstwo i gastronomia w Unii Europejskiej, Doniesienia i materiały informacyjne*, Zbigniew Witkiewicz, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2004, s. 281-287





Warsztaty: wizyta gościa – managera z restauracji w Krakowie – temat: Cechy i predyspozycje pracowników gastronomii pożądane przez pracodawców - pytania, spostrzeżenia, dyskusja.

2. Przygotowanie sali restauracyjnej do obsługi gości

- Podstawowe wyposażenie gastronomiczne frontu - *Podstawy gastronomii* – Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2010, s. 124-144
- Zasady i trendy ustawiania stołów do obsługi gości indywidualnych - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziaja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 82-84
- Wyposażenie sal wielofunkcyjnych w hotelach - *Obsługa konsumenta w gastronomii i cateringu*, Ewa Czarniecka-Skubina, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 45-46
- Przygotowanie pomocnika kelnerskiego - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziaja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 86-88
- Techniki nakrywania stołów białą bielizną stołową, dekoracja stołów, przenoszenie tac i zastawy stołowej - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziaja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 89-120

Warsztaty: Zapoznanie się z obiektem gastronomicznym w Krakowie - pytania, spostrzeżenia, dyskusja.

3. Obsługa gości

- Dlaczego należy znać kartę menu? - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziaja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 163.
- Przebieg i ogólne zasady obsługi, metody obsługi - *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziaja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008, s. 130-150
- Kontrola jakości usług - *Obsługa konsumenta w gastronomii i cateringu*, Ewa Czarniecka-Skubina, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 220-223





-
- Badanie satysfakcji gościa - ćwiczenia
 - Reklamacje - - *Obsługa konsumenta w gastronomii i cateringu*, Ewa Czarniecka-Skubina, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s.

4. Organizacja przyjęć okolicznościowych

- Organizacja przyjęć okolicznościowych - *Obsługa konsumenta w gastronomii i cateringu*, Ewa Czarniecka-Skubina, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 200-218

Warsztaty: Zapoznanie się z obiektem hotelowym 4*, podczas organizacji imprezy okolicznościowej – pytania, spostrzeżenia, dyskusja.

Moduł IV

Zakres stażu w kuchni obiektu gastronomicznego – 10h

1. Podstawowe instalacje w kuchni i wyposażenie zaplecza gastronomicznego - *Podstawy gastronomii* – Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2010, s. 93-123

2. Żywność

- Nowe kategorie żywności, żywność funkcjonalna, nowa żywność - *Kompendium Wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu*, praca zbiorowa pod redakcją Jana Gawęckiego i Teresy Mossor-Pietraszewskiej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 17-21
- Najważniejsze systemy zapewnienia jakości - *Kompendium Wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu*, praca zbiorowa pod redakcją Jana Gawęckiego i Teresy Mossor-Pietraszewskiej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 49-51
- Metody utrwalania żywności, nowe technologie - *Kompendium Wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu*, praca zbiorowa pod redakcją Jana Gawęckiego i Teresy Mossor-Pietraszewskiej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 56-68
- Cele i podstawy prawne znakowania żywności, oznaczenia stosowane w kartach menu - *Kompendium Wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu*, praca zbiorowa pod redakcją Jana Gawęckiego i Teresy Mossor-Pietraszewskiej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 164-174





3. Zasady żywienia

- Normy i zasady racjonalnego żywienia - *Zasady i organizacja żywienia w turystyce*, Piotr Dominik, Almamer Szkoła Wyższa, Warszawa 2011, s. 33-37

Ćwiczenia: porównanie kart menu z różnych obiektów gastronomicznych, wskazanie ewentualnych błędów, prawidłowy dobór dań i napojów.

Moduł V

Produkt gastronomiczny, promocja, systemy i trendy panujące w gastronomii – 10h

1. Planowanie zysku w obiekcie gastronomicznym

- Ogólne zasady tworzenia menu - *Organizacja i technika pracy w zakładzie gastronomicznym*, Zbigniew Witkiewicz, Stanisław Wilgocki, Publikacja Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 137-143, 154-157

- Podstawowe elementy ceny, zasady kalkulacji cen w gastronomii - *Organizacja i technika pracy w zakładzie gastronomicznym*, Zbigniew Witkiewicz, Stanisław Wilgocki, Publikacja Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 161-169

- Dochody ze sprzedaży produkcji i usług - *Organizacja i technika pracy w zakładzie gastronomicznym*, Zbigniew Witkiewicz, Stanisław Wilgocki, Publikacja Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008, s. 39-44

2. Współczesne trendy panujące w polskiej gastronomii - *Obsługa konsumenta w gastronomii i cateringu*, Ewa Czarniecka-Skubina, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 28-33

- Kierunki rozwoju gastronomii - *Gastronomia we współczesnym hotelu*, Piotr Dominik, Almamer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2008, s. 145-150

- Trendy w rozwoju gastronomii (zdrowie, styl życia, sztuka i kultura, zrównoważony rozwój) - *Podstawy gastronomii* – Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2010, s. 345-364

3. Reklama i promocja w gastronomii - *Obsługa konsumenta w gastronomii i cateringu*, Ewa Czarniecka-Skubina, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008, s. 34-38





- Promocja i informacja w gastronomii, Public Relations - *Podstawy gastronomii* – Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2010, s. 296-337

4. Zarządzanie przez jakość (Total Quality Management) - *Marketing usług hotelarskich*, Marek Turkowski, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010, s. 104-108

5. Cross-selling - *Marketing usług hotelarskich*, Marek Turkowski, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010, s. 247

6. Systemy zapewnienia jakości w produkcji gastronomicznej

- Dobra Praktyka Produkcyjna (GMP - Good Manufacturing Practice)

- Dobra Praktyka Higieniczna (GHP - Good Hygiene Practice)

- HACCP; *Gastronomia we współczesnym hotelu*, Piotr Dominik, Almamery Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2008, s. 83-90

7. Systemy komputerowe w gastronomii - *Gastronomia we współczesnym hotelu*, Piotr Dominik, Almamery Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2008, s. 141-144

Propozycja kryteriów i oceny metod sprawdzania efektów kształcenia

Proponuje się sprawdzanie efektów kształcenia teoretycznego po zakończeniu każdego z modułów.

Sprawdzenie przez prowadzącego zajęcia efektów szkolenia teoretycznego obejmuje:

- stały monitoring aktywności uczestników podczas zajęć
- aktywność i zaangażowanie uczestników szkolenia w trakcie prowadzonych zajęć
- frekwencja
- wiedza teoretyczna uzyskana w trakcie szkolenia.

Wiedza teoretyczna może być sprawdzana w jeden z trzech proponowanych sposobów:

- test teoretyczny,
- krótka pisemna praca kontrolna na zakończenie każdego z modułów
- sprawdzenie wiedzy poprzez wykonanie zadań do pracy w grupach.





Celem uporządkowania i ewentualnego pogłębienia wiedzy zaleca się podanie uczestnikom zajęć szczegółowej listy lektur, co do poszczególnych modułów.

Opis efektów kształcenia i nabytych umiejętności

W następstwie szkolenia teoretycznego uczestnicy powinni zdobyć umiejętności oraz cechować się następującymi efektami szkolenia:

- szersze poznanie rynku gastronomicznego w Polsce i na świecie
- poznanie aktualnych komponentów produktu gastronomicznego
- poznanie aktualnie obowiązujących podziałów jednostek organizacyjnych i stanowisk w gastronomii
- uczestnicy potrafią wskazać aktualnie panujące trendy w gastronomii
- znają i potrafią wskazać różnice kulturowe, religijne w gastronomii
- posiadają wiedzę z zakresu wizerunku pracownika gastronomii, wymogów jemu stawianych, pożądanych przez pracodawców predyspozycji
- posiadanie szerszej orientacji w zakresie metod obsługi gości, aktualnie panujących trendów w zakresie organizacji imprez okolicznościowych
- zapoznanie się z różnymi typami zaplecza gastronomicznego
- poznanie mechanizmów tworzenia produktu gastronomicznego, kalkulacji cen
- poznanie aktualnie obowiązujących działań marketingowych, reklamowych w gastronomii
- zapoznanie się z systemami informatycznymi aktualnie obowiązującymi w gastronomii

Bibliografia:

1. *Obsługa konsumenta w gastronomii i cateringu*, Ewa Czarniecka-Skubina, Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2008,
2. *Organizacja i technika pracy w zakładzie gastronomicznym*, Zbigniew Witkiewicz, Stanisław Wilgocki, Publikacja Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2008
3. *Kompendium m Wiedzy o żywności, żywieniu i zdrowiu*, praca zbiorowa pod redakcją Jana Gawęckiego i Teresy Mossor-Pietraszewskiej, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006





4. *Obsługa gości (konsumentów) Podręcznik do zawodu kelner oraz zawodu technik organizacji usług gastronomicznych*, Renata Szajna, Danuta Ławniczak, Alina Ziąja, Wydawnictwo REA s.j., Warszawa 2008
5. *Marketing usług hotelarskich*, Marek Turkowski, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010,
6. *Gastronomia we współczesnym hotelu*, Piotr Dominik, Almamer Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2008
7. *Zarządzanie hotelarstwem i gastronomią (org. Hospitality Management)* Tim Knowles, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2001
8. *Zasady i organizacja żywienia w turystyce*, Piotr Dominik, Almamer Szkoła Wyższa, Warszawa 2011,
9. *Polskie hotelarstwo i gastronomia w Unii Europejskiej, Doniesienia i materiały informacyjne*, Zbigniew Witkiewicz, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2004,
10. *Zasady zbiorowego żywienia z elementami technologii gastronomicznej i obsługi klienta*, Bożena Granecka, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 1998
11. *Podstawy gastronomii* – Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne S.A., Warszawa 2010





KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Projekt „Modelowy program doskonalenia zawodowego
nauczycieli w przedsiębiorstwach”
współfinansowany przez Unię Europejską w ramach
Europejskiego Funduszu Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



PROGRAM SZKOLENIA METODYCZNEGO – ZAJĘCIA Z E-LEARNINGU

w ramach projektu:

„Modelowy program doskonalenia zawodowego nauczycieli
w przedsiębiorstwach”

Projekt realizowany przez Szkołę Wyższą im. Bogdana Jańskiego,

Wydział Zamiejscowy w Krakowie

AUTOR PROGRAMU

AGATA RUTKOWSKA

Projektodawca:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
00-724 Warszawa, ul. Chełmska 21a
tel. 22 851-28-88
www.janski.edu.pl

Biurowo Projektu:
Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego
Wydział Zamiejscowy w Krakowie
30-612 Kraków, ul. Witosa 9
tel. 12 654-54-69



**Szkoła Wyższa
im. Bogdana Jańskiego**



Dydaktyk e-learningu

Forma kursu	On-line	Szkolenia tradycyjne w sali informatycznej	łącznie
Blended learning (Samouczek + e-mentor + warsztaty tradycyjne)	100h	60h	160h

1. **Samouczek:** łącznie on-line 40 godzin sitting time

Wiedza zawarta w samouczkach to głównie praktyczne informacje i instrukcje na temat budowania scenariusza kursu e-learningowego oraz obsługi narzędzi niezbędnych do samodzielnego utworzenia kursu on-line.

Kursy dostępne stale w trakcie trwania szkolenia. Nielimitowana ilość wejść:

✦ **Wstępne szkolenie informatyczne** – ok. 7 godzin sitting time

Niezbędne do nabycia umiejętności obsługi przeglądarki internetowej, konta mail oraz pakietu Office w tym zakresie, jaki potrzebny jest do pracy w formacie scenariusza oraz do przygotowania elementów do generatora e-learning (np. wykresy, spisy, indeksy itp.).

✦ **Obsługa i zastosowanie narzędzi multimedialnych** – ok. 3 godziny sitting time

Instrukcje obsługi programu do obróbki grafik i dźwięków.

✦ **Dydaktyk e-learningu** – ok. 27 godzin sitting time

Metodyka tworzenia scenariusza kursu e-learning. Zestaw instrukcji, porad i teorii nauczania za pomocą e-learningu.

✦ **WEB 2.0 w edukacji** – ok. 3 godziny sitting time

Zastosowanie narzędzi open source do nauczania i zarządzania wiedzą.





E-mentor: łącznie on-line 60 godzin sitting time

Konsultacje to indywidualna praca trenera z każdym pojedynczym uczestnikiem szkolenia. Trener prowadzi uczestnika przez kurs, rozwiązuje jego wątpliwości, daje komentarze i ocenia zadania. We współpracy z nim uczestnik kursu tworzy scenariusz kursu oraz gotowy kurs w generatorze szkoleń.

Uczestnik będzie zobligowany do

- ✦ Ocenianej wypowiedzi na forum kursu
- ✦ Wykonania 16 zadań zdalnych

2. Warsztaty tradycyjne w sali informatycznej: łącznie 60 godzin

Warsztaty tradycyjne prowadzone będą przez ekspertów trenerów i dydaktyków e-learningu.

Na warsztatach uczestnicy będą pracować indywidualnie, każdy przy swoim stanowisku komputerowym. Część zadań wykonywana będzie w formie pracy grupowej.

Na warsztatach tradycyjnych główny nacisk położony jest na zapoznanie uczestników z aspektami technicznymi e-learningu oraz rozwijane są główne tematy metodyki budowy kursów on-line. Uczestnicy na podstawie rozwiązywanych studiów przypadku uczą się w praktyce stosować odpowiednie narzędzia e-learningowe oraz formułować scenariusz kursu e-learningowe zgodnie z metodycznymi standardami. Jest to również czas na podsumowania i rozwiązywania wątpliwości dotyczących materiału przyswajanego przez uczestników w części zdalnej kursu.

3. Ewaluacja:

Ewaluacja postępu wiedzy uczestników szkolenia mierzona jest za pomocą:

- ✦ pretestu umiejętności
- ✦ dwóch testów: cząstkowego i końcowego
- ✦ bieżącej oceny zadań wykonywanych przez uczestników (ok. 16 zadań w trakcie kursu)
- ✦ efektu finalnego w postaci scenariusza kursu i kursu wykonanego w generatorze rapid learning
- ✦ egzaminu końcowego, na który składa się ocena wiedzy teoretycznej i obrona pracy (scenariusza i kursu wykonanego przez uczestnika kursu)

4. Efekty kształcenia:

Po zrealizowaniu tego kursu uczestnik będzie:





- III. potrafił samodzielnie przygotować scenariusz szkolenia e-learningowego w formie animowanego samouczka
- IV. znał najważniejsze zasady tworzenia efektywnych szkoleń w nowoczesnej formule
- V. potrafił ocenić gotowe szkolenie e-learningowe (istotne dla pracowników działów szkoleń i managerów uczestniczących w wyborze dostawców e-learningu)
- VI. potrafił korzystać z platformy e-learningowej jako osoba ucząca się
- VII. potrafił obsługiwać platformę e-learningową z pozycji trenera (tworzyć użytkowników, grupy, przydzielać użytkowników do grupy, tworzyć kursy, dodawać do nich zasoby – załączniki, zadania, paczki SCORM)
- VIII. potrafił obsługiwać generator rapid-learning
- IX. znał zasady komunikacji i moderowania dyskusji w grupie wirtualnej

5. W trakcie kursu uczestnik:

- 8. pracuje nad konkretnym projektem i otrzymuje na jego temat cenne wskazówki i rady
- 9. otrzymuje po każdym zadaniu informację zwrotną od e-mentora
- 10. na szkoleniach stacjonarnych poznaje obsługę narzędzi e-learningowych oraz zasady prowadzenia szkoleń on-line
- 11. ma możliwość konfrontacji wiedzy z innymi uczestnikami szkolenia na szkoleniach stacjonarnych oraz na forum grupy
- 12. komunikuje się z e-mentorem poprzez wiadomości prywatne, formularz zadań platformy, chat, forum oraz wideokonferencje

7. Zawartość merytoryczna

Szkolenie prowadzi nas przez wszystkie fazy projektowania kursu e-learningowego oraz jego realizacji na platformie. Uczestnik kursu pracuje przez cały czas nad wybranym **projektem**, rozwijając go stopniowo w oparciu o informacje z kolejnych **warsztatów**. Efektywna nauka wspomagana jest poprzez odpowiednie interakcje, zadania oraz przykłady i historie z życia wzięte. Kurs zbudowany jest z **modułów**, każdy moduł to osobne zagadnienie. Uczestnicy m.in. poznają budowę, narzędzia i zastosowanie kursów e-learningowych, uczą się formułować cele dydaktyczne kursu, dobierać i odpowiednio opracowywać materiał merytoryczny. W ramach przygotowania do napisania





scenariusza poznają wszystkie najważniejsze elementy kursu i uczą się je opisywać w formacie scenariusza (rozkład elementów na ekranie kursu, grafika, interakcje, dźwięki, budowa i utrzymanie zaangażowania emocjonalnego, itp.).

W kursie zwracamy uwagę na dbałość o spójność scenariusza, zgodność z zasadami uczenia dorosłych, odpowiednie prezentowanie treści i materiału graficznego. Kurs zawiera wiele życiowych przykładów i historii, które przydarzyły się zespołowi w trakcie pracy zawodowej. Użytkownik otrzyma również wsparcie w postaci wskazówek dotyczących dalszego rozwoju i budowania ścieżki kariery jako **dydaktyk e-learningu**.

1. Zawartość samouczków e-learningowych:

Wstępne szkolenie informatyczne:

1. MS OFFICE WORD 2007

- ✦ Szyfrowanie i ochrona dokumentu
- ✦ Akapit
- ✦ Zastosowanie tabulatorów
- ✦ Zaznaczanie, kopiowanie i wycinanie tekstu
- ✦ Opcje wyszukiwania
- ✦ Tworzenie i edytowanie spisu treści
- ✦ Opcje sprawdzania pisowni i pracy ze słownikiem
- ✦ Dodatkowe
- ✦ Korespondencja seryjna
- ✦ Wstawianie wykresów

2. MS OFFICE EXCEL 2007

- ✦ Tworzenie i edytowanie wykresów
- ✦ Biblioteka funkcji
- ✦ Sumowanie i konsolidacja danych
- ✦ Dodatki





3. MS OFFICE POWER-POINT 2007

- ✧ Praca z układami slajdów
- ✧ Szablony slajdów
- ✧ Wykorzystywanie i modyfikacja motywów
- ✧ Umieszczanie tła w prezentacji
- ✧ Praca z tekstem
- ✧ Wstawianie obiektów Clipart
- ✧ Wstawianie zdjęć
- ✧ Wstawianie multimediów i hiperłącza
- ✧ Wstawianie i edytowanie elementów graficznych
- ✧ Tworzenie tabel
- ✧ Tworzenie wykresów
- ✧ Przygotowanie pokazu slajdów
- ✧ Parametry pokazu slajdów
- ✧ Dopracowywanie prezentacji

4. OUTLOOK 2007

- ✧ Zakładanie konta
- ✧ Porządkowanie poczty elektronicznej i użycie kalendarza

5. MOZILLA FIREFOX

- ✧ Otwieranie karty w tle oraz tworzenie zakładek
- ✧ Wyświetlanie historii przeglądanych stron oraz ostatnio zamkniętej karty
- ✧ Praca w trybie prywatnym oraz drukowanie stron www

6. PICASA

- ✧ Dodawanie folderów do biblioteki
- ✧ Podstawowe funkcje edycji zdjęć
- ✧ Dodawanie efektów
- ✧ Tworzenie kolażu





Dydaktyk e-learningu:

- II. Wstęp do e-learningu. Szkolenie wprowadzające. Zawiera plan warsztatów, instrukcję obsługi nawigacji, rady dotyczące efektywnego korzystanie ze szkoleń e-learningowych oraz dwa zadania praktyczne:
 - a) Szkolenie pokazowe nr 1 do analizy (przykład szkolenia fabularnego opartego na cyklu Kolba)
 - b) Szkolenie pokazowe nr 2 do analizy (przykład prezentacji szkoleniowej agent + flipchart)
- III. Rozpoczęcie prac nad kursem. Informacje o tym, co należy przemyśleć oraz jakie działania należy podjąć przed rozpoczęciem pracy nad szkoleniem e-learningowym.
- IV. Definiowanie potrzeb szkoleniowych. Sposoby definiowania oraz analizy potrzeb szkoleniowych.
- V. Cele dydaktyczne kursu. Poznanie metod i narzędzi służących wyznaczaniu celów szkoleniowych.
- VI. Grupa docelowa. Omówienie roli identyfikacji odbiorców w procesie przygotowania szkolenia.
- VII. Materiał merytoryczny. Dostarczenie wiedzy na temat efektywnych sposobów opracowania treści szkolenia. Przedstawienie najczęściej popełnianych błędów dotyczących zawartości merytorycznej.
- VIII. Jak się uczyliśmy? Przedstawienie metod projektowania szkoleń dostosowanych do współczesnej metodyki nauczania osób dorosłych. Omówienie różnic w projektowaniu szkoleń dla dzieci i dorosłych.
- IX. Budowa formatki scenariusza. Przedstawienie i omówienie przykładowego scenariusza szkolenia e-learningowego oraz jego najważniejszych elementów.
- X. Zaangażowanie emocjonalne i motywacja. Poznanie sposobów wzbudzania zaangażowania emocjonalnego w szkoleniach e-learningowych. Określenie znaczenia emocji w procesie uczenia.
- XI. Prezentacja materiału. Przedstawienie zasad i metod prezentowania treści. Omówienie istoty doboru słownictwa do szkolenia.
- XII. Przykłady, ilustracje, dźwięk. Omówienie efektywnych sposobów prezentacji treści za pomocą ilustracji, przykładów. Poznanie możliwości zastosowania dźwięku w szkoleniach e-learningowych.





- XIII. Interakcje. Przedstawienie zasad projektowania i umieszczania interakcji w szkoleniu e-learningowym.
- XIV. Prawa autorskie a e-learning. Omówienie podstawowych zasad korzystania z materiałów dostępnych w Internecie zgodnie z Ustawą o prawie autorskim. Przedstawienie możliwości wykorzystania darmowych materiałów.
- XV. Zasady horyzontalne w materiałach edukacyjnych. Zasady tworzenia materiałów edukacyjnych zgodnie z zasadą polityk horyzontalnych.
- XVI. Zakończenie prac nad scenariuszem. Przedstawienie kilku sposobów zakończenia szkolenia.
- XVII. Rozwój dydaktyka medialnego. Rady i kierunki rozwoju po przebytych kursach.

Obsługa i zastosowanie narzędzi multimedialnych

1. GIMP (program do obróbki grafik)

- ✦ Instalowanie Gimpa
- ✦ Dodawanie przezroczystego tła
- ✦ Modyfikowanie rozmiaru i wagi tła

2. AUDACITY (program do nagrania i obróbki dźwięków)

- ✦ Pobieranie i instalacja programu Audacity oraz plugina
- ✦ Przygotowanie programu Audacity do pracy
- ✦ Nagrywanie
- ✦ Podstawowe operacje na dźwięku

WEB 2.0 w edukacji – ok. 3 godzin sitting time

1. GMAIL

- ✦ Zakładanie konta w serwisie Gmail
- ✦ Ustawienia konta Gmail/Usuwanie konta

2. DOKUMNTY GOOGLE

- ✦ Tworzenie dokumentu
- ✦ Udostępnianie dokumentu





3. KALENDARZ GOOGLE

- ✦ Tworzenie i udostępnianie kalendarza
- ✦ Wprowadzanie wydarzeń do kalendarza

4. BLOG

- ✦ Zakładanie bloga w serwisie Blogger
- ✦ Umieszczanie postów na blogu

5. FACEBOOK

- ✦ Zakładanie i ustawienia konta
- ✦ Tworzenie stron na Facebooku
- ✦ Tworzenie wydarzenia na Facebooku

2. Tematyka warsztatów tradycyjnych w sali komputerowej:

1. Wstępne szkolenie informatyczne.

To szkolenie kształćce zestaw kompetencji niezbędnych do efektywnego korzystania z e-learningu, zarówno z pozycji ucznia jak i nauczyciela. Treści warsztatów:

- ✦ archiwizowanie i przeszukiwanie zasobów w komputerze,
- ✦ przeglądarki internetowe, praca na zakładkach,
- ✦ pobieranie, instalowanie i usuwanie programów,
- ✦ niezbędnik nauczyciela oraz triki w programie MS Office Word, Excel i PowerPoint (m.in. korespondencja seryjna, szybkie tworzenie spisów, szyfrowanie dokumentu),
- ✦ obsługa programów do obróbki grafik i dźwięku.

2. Obsługa platformy e-learningowej z pozycji ucznia i trenera:

- ✦ tworzenie kont uczestników na platformie,
- ✦ zarządzanie grupami i użytkownikami,
- ✦ edytowanie informacji o grupie,
- ✦ dodawanie folderów i zasobów – charakterystyka, zastosowania,
- ✦ publikowanie folderów i zasobów – omówienie różnic i zastosowania,
- ✦ tworzenie, wykonywanie i ocenianie zadania zdalnego,
- ✦ raportowanie z pozycji: folderu, listy uczestników, zasobu,
- ✦ komunikacja forum, chat, wiadomości prywatne.





3. Obsługa generatora kursów e-learningowych:

- ✦ struktura kursu – lekcje, ekrany,
- ✦ edytowanie zawartości ekranów,
- ✦ dodawanie załączników, plików audio, filmów, aktywnych linków, okien popup,
- ✦ tworzenie quizów,
- ✦ tworzenie sprawdzianów,
- ✦ tworzenie testów.

4. WEB 2.0 w edukacji:

- ✦ uczenie przez działanie – rola i miejsce ICT w projektach edukacyjnych,
- ✦ projekt metodą WEBQUEST,
- ✦ portale społecznościowe i edukacyjne, wiki, narzędzia gmail.

5. Warsztaty metodyczne – praca z narzędziami ICT:

- ✦ zasady przygotowania sylabusu kursu,
- ✦ struktura i treść kursów e-learningowych,
- ✦ cykl Kolba w materiałach e-learningowych,
- ✦ netykieta, zasady komunikacji przez internet

