

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu i kod (wg planu studiów):	Tworzenie produktu turystycznego D1.10
Nazwa przedmiotu (j. ang.):	Creating a Tourism Product
Kierunek studiów:	Turystyka i rekreacja
Specjalność/specjalizacja:	Manager w turystyce i rekreacji
Poziom kształcenia:	studia I stopnia
Profil kształcenia:	praktyczny (P)
Forma studiów:	studia stacjonarne
Koordinator przedmiotu:	

2. Ogólna charakterystyka przedmiotu

Przynależność do modułu:	specjalnościowy
Status przedmiotu:	do wyboru
Język wykładowy:	polski
Rok studiów, semestr: *)	II, 3
Forma i wymiar zajęć według planu studiów:	wykład 15 h, ćw. audytoryjne 30 h
W przypadku studiów międzyobszarowych stosunek procentowy tych obszarów w ocenie koordynatora (efekty kształcenia wymienione w punkcie 5 powinny odzwierciedlać te relacje, należy więc wymienić odpowiednie efekty obszarowe):	50% - obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej 50% - obszar nauk społecznych
Interesariusze i instytucje partnerskie (nieobowiązkowe)	
Wymagania wstępne / Przedmioty wprowadzające:	Przedmioty wprowadzające: Marketing, Zarządzania, Obsługa ruchu turystycznego, Turystyka aktywna, Informatyka

3. Bilans punktów ECTS

Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)	2		
A. Liczba godzin	Wykład	Stacjonarne	Niestacjonarne
		15	

wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela z podziałem na typy zajęć oraz całkowita liczba punktów ECTS osiąganych na tych zajęciach:	Ćwiczenia audytoryjne	30	
	Konsultacje	1	
	Kolokwium	1	
	Egzamin	1	
	w sumie: ECTS	48 1,5	
B. Poszczególne typy zadań do samokształcenia studenta (niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela) wraz z planowaną średnią liczbą godzin na każde i sumaryczną liczbą ECTS:	Przygotowanie do ćwiczeń	3	
	Praca w sieci	5	
	Praca nad prezentacją lub projektem	5	
	Przygotowanie do egzaminu	5	
	w sumie: ECTS	18 0,5	
C. Liczba godzin praktycznych / laboratoryjnych w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:	w sumie: ECTS		
D. W przypadku studiów międzyobszarowych procent punktów ECTS przyporządkowanych obu obszarom (zgodnie z p. 2)	50% ECTS - obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej	1	
	50% ECTS - obszar nauk społecznych	1	

4. Opis przedmiotu

Cel przedmiotu:	Celem przedmiotu jest nabycie przez studentów wiedzy na temat produktu turystycznego, jego rodzajów i cech oraz działań związanych z kształtowaniem jego polityki marketingowej.
Metody dydaktyczne:	podające - wykład z prezentacją multimedialną problemowe – dyskusja dydaktyczna, projekt
Treści kształcenia:	<p>Wykłady:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produkt turystyczny – pojęcie i rodzaje. 2. Cechy produktu turystycznego. 3. Cykl życia produktu turystycznego. 4. Dystrybucja produktu turystycznego. 5. Polityka produktu na rynku turystycznym. 6. Polityka ceny i dystrybucji na rynku turystycznym. 7. Produkty turystyczne – dobre i złe praktyki. 8. Zasady budowy nowego produktu turystycznego. <p>Ćwiczenia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promocja produktów turystycznych. Rola targów w promocji produktów turystycznych. 2. Grupy odbiorców produktu turystycznego. Konkurencyjność produktów turystycznych. 3. Doskonalenie istniejącego produktu turystycznego. 4. Projektowanie nowego produktu turystycznego.
5. Efekty kształcenia i sposoby weryfikacji	

Efekt przedmiotu	Student, który zaliczył przedmiot (spełnił minimum wymagań)	Efekt kierunkowy	Forma zajęć dydaktycznych	Sposób weryfikacji efektów kształcenia (forma zaliczeń)
D1-10_W_01 D1-10_W_02 D1-10_W_03	w zakresie wiedzy: 1. Ma podstawową wiedzę z zakresu marketingu mix na rynku turystycznym. 2. Ma podstawową wiedzę z zakresu technik promocji i informacji turystycznej. 3. Ma podstawową wiedzę o udoskonaleniu istniejącego lub tworzeniu nowego produktu turystycznego.	K_W05 K_W07 K_W11	W/ćw. W/ćw.	Egzamin, kolokwium Egzamin, projekt
D1-10_U_01 D1-10_U_02 D1-10_U_03	w zakresie umiejętności: 1. Potrafi identyfikować potrzeby klienta indywidualnego oraz grupy społecznej. 2. Posiada umiejętność pracy indywidualnej oraz zespołowej w zakresie udoskonalania istniejącego oraz projektowania nowego produktu turystycznego. 3. Posiada umiejętność kompozycji świadczeń i dóbr podstawowych w wytwory synergiczne o innowacyjnych cechach rynkowych.	K_U04 K_U07 K_U09	ćw. ćw. ćw.	Projekt, obserwacja w dyskusji Projekt,
D1-10_K_01 D1-10_K_02	w zakresie kompetencji społecznych: 1. Potrafi formułować opinie dotyczące klientów i grup społecznych w tworzeniu nowego lub udoskonalaniu istniejącego produktu turystycznego. 2. Ma świadomość odpowiedzialności za dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze regionu, kraju i Europy przy tworzeniu nowego lub udoskonalaniu istniejącego produktu turystycznego.	K_K07 K_K09	ćw. ćw.	obserwacja w dyskusji projekt, obserwacja w dyskusji
6. Sposób obliczania oceny końcowej				
Ocena końcowa przedmiotu jest średnią arytmetyczną oceny wystawionej z ćwiczeń oraz oceny z egzaminu				
7. Zalecana literatura				
Literatura podstawowa:	1. Seweryn R., <i>Zastosowanie marketingu mix na rynku turystycznym</i> , Wyd. UE w Krakowie, Kraków 2008. 2. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., <i>Produkt turystyczny, albo jak organizować poznawanie świata</i> , Łódź 2002			

Literatura uzupełniająca:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Niemczyk A. <i>Zachowania konsumentów na rynku turystycznym</i>, Wyd UE w Krakowie, Kraków 2010. 2. Dachniewska M. <i>Zarządzanie Jakością Usług Turystycznych</i>. Wyd. Difin, Warszawa 2002.
8. Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)	
Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta [h]
Wykład i ćwiczenia	45
Konsultacje	1
Kolokwium	1
Egzamin	1
Przygotowanie do ćwiczeń	3
Praca w sieci	5
Praca nad prezentacją lub projektem	5
Przygotowanie do egzaminu	5
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	66
Punkty ECTS za moduł/przedmiot	2
9. Uwagi	

***) Uwaga: w przypadku przedmiotów/modułów trwających więcej niż jeden semestr należy rozpisać semestralnie punkty 3, 4, 5, 6, 8**