



## Podhalańska Państwowa Uczelnia Zawodowa w Nowym Targu

### Informacje ogólne

<b>Nazwa zajęć</b>	Produkt turystyczny - organizacja i zarządzanie
<b>Kod zajęć</b>	TR.SL.308
<b>Status zajęć</b>	podstawowe
<b>Wydział / Instytut</b>	Instytut Nauk Humanistycznych i Turystyki
<b>Kierunek studiów</b>	Turystyka i Rekreacja
<b>Specjalizacja</b>	

Forma studiów	Rok studiów	Semestr	Forma zajęć	Wymiar zajęć	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia zajęć
Stacjonarne	2	3	Ćwiczenia terenowe	8.0	2.0	egzamin
			Ćwiczenia warsztatowe	7.0		
			Wykład	10.0		

<b>Poziom studiów</b>	studia pierwszego stopnia
<b>Profil</b>	Praktyczny
<b>Osoba odpowiedzialna za program zajęć</b>	dr Piotr Sadowski
<b>Wymagania (Kompetencje wstępne)</b>	Podstawowe umiejętności w zakresie kreowania biznesplanu produktów turystycznych.
<b>Założenia i cele zajęć</b>	Zaznajomienie się z różnymi typami produktów turystycznych, kolejnymi etapami ich rozwoju oraz sposobami zarządzania. Rozwinięcie umiejętności praktycznych kreowania produktów turystycznych oraz zarządzania nimi, w tym rozwinięcie kreatywności w zakresie programowania i promowania produktów turystycznych na podstawie analizy wybranych przykładów.

### Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

Nakład pracy studenta niezbędny do uzyskania efektów uczenia się	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	
<b>Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów, w tym:</b>	godz.: 27	
udział w wykładach	10	
udział w ćwiczeniach	15	
Dodatkowe godziny kontaktowe z nauczycielem (godz.)	0	
Udział w egzaminie (godz.)	2	
<b>Obciążenie studenta związane z jego indywidualną pracą związaną z zajęciami organizowanymi przez uczelnię, w tym:</b>	godz.: 27	
Samodzielne studiowanie tematyki zajęć/ przygotowanie się do wykładu (godz.)	5	
Samodzielne studiowanie tematyki zajęć/ przygotowanie się do: ćwiczenia (godz.)	2	
Przygotowanie do zaliczenia/ egzaminu (godz.)	5	
Wykonanie prac zaliczeniowych (referat, projekt, prezentacja itd.) (godz.)	15	
<b>Suma</b> (obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia oraz związane z jego indywidualną pracą związaną z tymi zajęciami)	godz.: 54	ECTS: 2
<b>Obciążenie studenta w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne</b>	godz.: 0	

## Efekty uczenia się

Efekty uczenia się		Odniesienia do kierunkowych efektów uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się
Wiedza: student zna i rozumie			
W03	Student zna podstawowe pojęcia dotyczące produktów turystycznych, ich cechy oraz motywy, jakimi kierują się klienci przy wyborze danego produktu turystycznego, potrafi klasyfikować różne rodzaje produktów turystycznych.	-K_W05 -K_W11 -K_W12	Egzamin pisemny
W04	Zna model funkcjonowania produktów turystycznych oraz posiada wiedzę z zakresu zarządzania nimi.	-K_W11 -K_W12	Egzamin pisemny
Umiejętności: student potrafi			
U01	Potrafi w sposób wszechstronny omówić wybrany produkt turystyczny.	-K_U11 -K_U15	Projekt, prezentacja
U03	Potrafi dokonać analizy funkcjonowania istniejących na rynku produktów turystycznych, szczególnie rozwijanych w obszarach o specyficznych uwarunkowaniach geograficznych.	-K_U11 -K_U12	ocena aktywności studentów w trakcie zajęć  Projekt, prezentacja
Kompetencje społeczne: student jest gotów do			

K01	Jest kreatywny, przejawia inicjatywę i samodzielność przy analizie produktu turystycznego.	-K_K04 -K_K10	Projekt, prezentacja
-----	--	------------------	----------------------

### Formy i metody kształcenia

Wykład informacyjny  
Metoda projektu  
Analiza przypadku

### Treści programowe

#### Ćwiczenia terenowe

1. Produkty turystyczne Górców, Beskidu Wyspowego i Pogórza Wiśnickiego - wybrane przykłady. Analiza rdzenia oraz elementów produktu turystycznego. Analiza funkcjonowania i promocji wybranych produktów turystycznych.

#### Ćwiczenia warsztatowe

1. Markowe produkty turystyczne - organizacja i funkcjonowanie (wybrane przykłady). Programowanie produktów turystycznych.

### Wykład

1. Definicja produktu turystycznego. Produkt turystyczny w ujęciu historycznym. Typologia produktów turystycznych. Producenci i konsumenci produktów turystycznych. Cykl życia produktu turystycznego. Rola JSA i organizacji pozarządowych w zarządzaniu obszarowymi produktami turystycznymi. Strategia rozwoju produktu turystycznego. Promocja i sprzedaż produktów turystycznych. Targi turystyczne.

### Kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się

#### Kryteria oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta

Kategoria: Umiejętności

- 5.00 - Student przygotował szczegółowe omówienie produktu turystycznego i dokonał jego pełnej analizy, a jego wypowiedź jest interesująca dla odbiorcy i podbudza do dyskusji.  
4.50 - Student przygotował szczegółowe omówienie produktu turystycznego i dokonał jego poprawnej analizy.  
4.00 - Student omówił produkt turystyczny w sposób wystarczający do dokonania analizy jego funkcjonowania.  
3.50 - Student wybrał mało interesujący produkt turystyczny, ale uzyskał dane dotyczące sposobu jego funkcjonowania.  
3.00 - Wybrany produkt turystyczny, względnie sposób jego zaprezentowania utrudnia analizę (brak stosownych informacji), projekt jest trudny do zrozumienia i przedyskutowania dla innych uczestników zajęć.  
2.00 - Brak przygotowanego zadania.

Kategoria: Wiedza

- 5.00 - Powyżej 90% punktów uzyskanych z egzaminu.  
4.50 - 80-90% punktów uzyskanych z egzaminu.  
4.00 - 70-80% punktów uzyskanych z egzaminu.  
3.50 - 60-70% punktów uzyskanych z egzaminu.  
3.00 - 50-60% punktów uzyskanych z egzaminu.  
2.00 - Poniżej 50% punktów uzyskanych z egzaminu.

Kategoria: Kompetencje społeczne

- 5.00 - Samodzielnie dokonuje oceny produktów turystycznych, wypowiada się w sposób przekonujący, chętnie bierze udział w dyskusjach.  
4.50 - Samodzielnie dokonuje oceny produktów turystycznych (w tym omawianych na zajęciach terenowych).  
4.00 - Analiza i ocena obserwowanych zjawisk bywa niepełna, ale na ogół chętnie bierze udział w dyskusjach.  
3.50 - Analiza i ocena produktów turystycznych, dokonywana przez studenta jest niepełna, ma trudności z wyciąganiem wniosków.  
3.00 - Potrafi przedstawić wybrany produkt turystyczny jedynie w sposób ogólny, często bez informacji koniecznych do przeprowadzenia analizy (bądź wybiera produkt niewłaściwy, o którym nie ma stosownych danych), wykazuje małą aktywność w dyskusjach.  
2.00 - Nie przygotowuje zadań i nie uczestniczy w dyskusjach podczas ćwiczeń.

### Forma weryfikacji osiągnięć studenta i warunki zaliczenia zajęć

Forma zajęć	Metoda weryfikacji	Waga	Procent
Ćwiczenia terenowe	ocena aktywności studentów w trakcie zajęć	10	10,00 %
Ćwiczenia warsztatowe	Projekt, prezentacja	20	20,00 %
Wykład	Egzamin pisemny	70	70,00 %

### Informacja dodatkowa zaliczenia:

Do egzaminu obowiązuje cały zakres zagadnień, poruszanych w trakcie wykładów i ćwiczeń.

Zadanie na ćwiczeniach warsztatowych obejmuje omówienie i analizę wybranych produktów turystycznych, przy czym produkty te są różnej rangi i różnego typu (np. rzeczy, obiekty, wydarzenia, obszary).

## Wykaz zalecanego piśmiennictwa

### Wykaz literatury podstawowej

Lp. Pozycja
1. J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie, PWEkon., Warszawa, 2010.
2. J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata. Przewodnik do ćwiczeń, Wyd. UŁ, Łódź 2002.
3. Z. Kruczek, B. Walas, Promocja i informacja turystyczna, Proksenia, Kraków, 2004.
4. Panasiuk A. (red.), Markowe produkty turystyczne, Fundacja na rzecz rozwoju Uniw. Szczecińskiego., Szczecin – Niechorze 2004.
5. Handbook on Tourism Product Development, UNWTO 2011 [on-line: <a href="http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413959">www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413959</a> ]

### Wykaz literatury uzupełniającej

Lp. Pozycja
1. B. Marciszewska, Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń, C.H. Beck, Katowice 2010.
2. A. Panasiuk, From Basic Tourism Products to a Comprehensive Offer of a Tourism Area, "Barometr regionalny", 15, 1 [on-line: <a href="https://www.researchgate.net/publication/364570333_From_Basic_Tourism_Products_to_a_Comprehensive_Offer_of_a_Tourism_Area">https://www.researchgate.net/publication/364570333_From_Basic_Tourism_Products_to_a_Comprehensive_Offer_of_a_Tourism_Area</a> ]