



Podhalańska Państwowa Uczelnia Zawodowa w Nowym Targu

Informacje ogólne

Nazwa zajęć	Warsztaty turystyczne
Kod zajęć	TR.SM.216
Status zajęć	podstawowe
Wydział / Instytut	Instytut Nauk Humanistycznych i Turystyki
Kierunek studiów	Turystyka i Rekreacja
Specjalizacja	

Forma studiów	Rok studiów	Semestr	Forma zajęć	Wymiar zajęć	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia zajęć
Stacjonarne	1	2	Zajęcia praktyczne	40.0	3.0	bez egzaminu

Poziom studiów	studia drugiego stopnia
Profil	Praktyczny
Osoba odpowiedzialna za program zajęć	dr Małgorzata Muszyńska-Kurnik
Wymagania (Kompetencje wstępne)	Znajomość zagadnień z podstaw turystyki i rekreacji, podstaw zarządzania.
Założenia i cele zajęć	Zaznajomienie z wiedzą dotyczącą tworzenia produktów i usług turystycznych (desing thinking, service desing) Opanowanie umiejętności w zakresie myślenia projektowego Zmotywowanie do pracy zespołowej.

Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

Nakład pracy studenta niezbędny do uzyskania efektów uczenia się	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne

Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów, w tym:	godz.: 40	
udział w wykładach	0	
udział w ćwiczeniach	0	
udział w ćwiczeniach kształtujących umiejętności praktyczne	40	
Dodatkowe godziny kontaktowe z nauczycielem (godz.)	0	
Udział w egzaminie (godz.)	0	
Obciążenie studenta związane z jego indywidualną pracą związaną z zajęciami organizowanymi przez uczelnię, w tym:	godz.: 35	
Samodzielne studiowanie tematyki zajęć/ przygotowanie się do wykładu (godz.)	0	
Samodzielne studiowanie tematyki zajęć/ przygotowanie się do: ćwiczenia (godz.)	22	
Przygotowanie do zaliczenia/ egzaminu (godz.)	0	
Wykonanie prac zaliczeniowych (referat, projekt, prezentacja itd.) (godz.)	13	
Suma (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.: 75	ECTS: 3
Obciążenie studenta w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	godz.: 40	

Efekty uczenia się

Efekty uczenia się		Odniesienia do kierunkowych efektów uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się
Wiedza: student zna i rozumie			
W01	Zna i rozumie jakie są nowoczesne formy tworzenia produktów i usług turystycznych (desing thinking, service desing)	-K_W14	obserwacja jakości wykonania zadania
Umiejętności: student potrafi			
U01	Potrafi myśleć analitycznie i rozwiązywać problemy metodą projektową	-K_U18	obserwacja jakości wykonania zadania
Kompetencje społeczne: student jest gotów do			
K01	Jest gotów pracować w zespole w celu wypracowania najlepszych rozwiązań	-K_K01 -K_K11	obserwacja zachowania studenta podczas zajęć

Formy i metody kształcenia

Metoda ćwiczeń
Analiza przypadku
Wykład informacyjny

Treści programowe

Zajęcia praktyczne

1. Nowoczesne formy tworzenia produktów i usług turystycznych (desing thinking, service desing), rozwijanie produktu turystycznego (ćwiczenia terenowe)

Kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się

Kryteria oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta

Kategoria: Wiedza

- 5.00 - Bardzo dobrze potrafi wykorzystać wiedzę dotyczącą nowoczesnych tworzenia produktów i usług i aktywnie wyraża swoją opinię
- 4.50 - Bardzo dobrze potrafi wykorzystać wiedzę dotyczącą nowoczesnych form tworzenia produktów i usług turystycznych
- 4.00 - Dobrze potrafi wykorzystać wiedzę dotyczącą nowoczesnych form tworzenia produktów i usług turystycznych
- 3.50 - Na poziomie podstawowym potrafi wykorzystać wiedzy nowoczesnych form tworzenia produktów i usług turystycznych
- 3.00 - W bardzo małym zakresie potrafi wykorzystać wiedzy dotyczącą nowoczesnych tworzenia produktów i usług turystycznych
- 2.00 - Nie potrafi wykorzystać wiedzy dotyczącą nowoczesnych form tworzenia produktów i usług turystycznych

Kategoria: Umiejętności

- 5.00 - Potrafi myśleć analitycznie i bardzo dobrze rozwiązywać metodą projektową
- 4.50 - Potrafi myśleć analitycznie i dobrze rozwiązywać problemy metodą projektową
- 4.00 - Potrafi myśleć analitycznie i średnio rozwiązywać problemy metodą projektową
- 3.50 - Potrafi myśleć analitycznie w stopniu umiarkowanym i rozwiązywać problemy metodą projektową
- 3.00 - Potrafi myśleć analitycznie w stopniu umiarkowanym i nie umie rozwiązywać problemów metodą projektową
- 2.00 - Nie potrafi myśleć analitycznie w stopniu umiarkowanym i nie umie rozwiązywać problemów metodą projektową

Kategoria: Kompetencje społeczne

- 5.00 - Jest gotów wyrażać opinie, brać udział w dyskusji dobierając bardzo dobre argumenty. Jest aktywny na zajęciach. Bardzo dobrze pracuje w zespole.
- 4.50 - Jest gotów wyrażać opinie, brać udział w dyskusji dobierając bardzo dobre argumenty. Jest aktywny na zajęciach. Dobrze pracuje w zespole.
- 4.00 - Jest gotów wyrażać opinie. Jest średnio aktywny na zajęciach. Bardzo dobrze pracuje w zespole.
- 3.50 - Nie jest gotów wyrażać opinie. Jest średnio aktywny na zajęciach. Średnio pracuje w zespole.
- 3.00 - Nie jest gotów wyrażać opinie. Jest średnio aktywny na zajęciach. Nie umie pracować w zespole.
- 2.00 - Nie jest gotów wyrażać opinie. Nie jest aktywny na zajęciach. Nie umie pracować w zespole.

Forma weryfikacji osiągnięć studenta i warunki zaliczenia zajęć

Forma zajęć	Metoda weryfikacji	Waga	Procent
Zajęcia praktyczne	obserwacja jakości wykonania zadania	80	80,00 %
	obserwacja zachowania studenta podczas zajęć	20	20,00 %

Informacja dodatkowa zaliczenia:

Wykaz zalecanego piśmiennictwa

Wykaz literatury podstawowej

Lp. Pozycja
1 Altukhova, N. F., Vasileva, E. V., & Gromova, A. A., 2018, Design thinking in the marketing research on tourism experience. In Financial and Economic Tools Used in the World Hospitality Industry (pp. 73-77). CRC Press
2 Studzińska, M. (2017). Narzędzie wspomagające projektowanie usług design-thinking. Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie/Politechnika Śląska, (113), 469-479.7.
3. Mahato, S. S., Phi, G. T., & Prats, L., 2021, Design thinking for social innovation: Secrets to success for tourism social entrepreneurs. Journal of Hospitality and Tourism Management, 49, 396-40.
4 Wasyluk, Piotr, and Andrzej Kucner. Wykorzystanie trendów w projektowaniu produktów i usług turystycznych na przykładzie Szlaku Kopernikowskiego, Turystyka Kulturowa 1 (2020): 28-43.
5 Buckley, R. A. L. F., & Mossaz, A. C. 2016, Decision making by specialist luxury travel agents. Tourism Management, 55, 133-138.
5 Bartczak, M. (2020). Design thinking jako metoda tworzenia unikalnych rozwiązań biznesowych na przykładzie warsztatów czekoladowych marki Goplana. Marketing i Rynek, (5), 26-37.

Wykaz literatury uzupełniającej

Lp. Pozycja
1 Jedlińska, M. 2000, Możliwości wykorzystania public relations w kreowaniu wizerunku przedsiębiorstwa turystycznego. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, (878), 38-53.
2 Kucner, A. (2021). Praktyczne wykorzystanie myślenia projektowego oraz analizy trendów w tworzeniu rozwiązań dla Szlaku Kopernikowskiego oraz szlaku rowerowego Green Velo. Turystyka Kulturowa, 4(121), 109-128.