

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM.
BRONISŁAWA CZECHA
W KRAKOWIE

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2015/2016

Wydział Turystyki i Rekreacji

Kierunek studiów: Turystyka i Rekreacja

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Niestacjonarne

Kod kierunku: 812

Stopień studiów: I

Specjalności: Turystyka przygodowa

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Zarządzanie w turystyce przygodowej
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Management in Adventure Tourism
KOD PRZEDMIOTU	TIR812 ANTA3
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	4.00
JĘZYK WYKŁADOWY	polski
SEMESTRY	6

2 FORMA ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM	INNE	–
6	10	10	0	0	0



3 CELE PRZEDMIOTU

Cel1 Celem zajęć jest poszerzenie wiedzy i nabycie praktycznych umiejętności przez studentów z zakresu zarządzania, w tym marketingowego w turystyce przygodowej.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE

1 Podstawy zarządzania b. Podstawy marketingu

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Wiedza: zna i interpretuje procesy związane z zarządzaniem, w tym marketingowym w przedsiębiorstwie świadczącym usługi w zakresie turystyki przygodowej

EK2 Wiedza: posiada wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu programowania i zarządzania produktami turystyczno-rekreacyjnymi

EK3 Wiedza: potrafi w praktyce zastosować wiedzę teoretyczną, związaną z planowaniem strategicznym rozwoju przedsiębiorstwa oraz jego produktów

EK4 Wiedza: potrafi zaprogramować wprowadzenie na rynek produktów turystycznych związanych z turystyką przygodową

EK5 Kompetencje społeczne: potrafi pracować w samodzielnie i w zespole, wykonując powierzone zadania

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Wprowadzenie do zarządzania turystyką przygodową; podstawowe zasady i funkcje zarządzania; zarządzanie strategiczne w turystyce; Konkurencyjność na rynku turystycznym	2
W2	Orientacja marketingowa przedsiębiorstw turystycznych; cechy, kluczowe zasady i etapy postępowania; zarządzanie marketingowe przedsiębiorstw turystycznych	1
W3	Istota i rodzaje strategii; elementy strategii; zasady tworzenia strategii (rozwoju i marketingowych, w tym produktowych)	2
W4	Budowa i typologia produktów turystyczno-rekreacyjnych; definicje, funkcje produktów turystyczno-rekreacyjnych w marketingu; elementy produktu; poziomy postrzegania produktu	3
W5	Komunikacja marketingowa przedsiębiorstw turystycznych; formalne i nieformalne narzędzia komunikacji, w tym promocji; wprowadzenie na rynek produktów turystyczno-rekreacyjnych	2
	RAZEM	10

ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	Wprowadzenie do ćwiczeń - budowa dokumentów strategicznych, w tym marketingowych	1
C2	Segmentacja rynku turystycznego; wyodrębnianie docelowych segmentów rynku; kryteria segmentacji rynku turystycznego; kryteria wyboru docelowych segmentów rynku; wyodrębnienie docelowych grup odbiorców oferty z zakresu turystyki przygodowej - studia przypadków	2



ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C3	Analiza konkurencji na rynku turystycznym, z uwzględnieniem turystyki przygodowej; Analiza SWOT rozwoju turystyki przygodowej w konkretnym obszarze - studia przypadków	2
C4	Zdefiniowanie celów marketingowych, założeń do strategii; budowa wizji i misji strategicznej w kontekście rozwoju turystyki przygodowej - studia przypadków	1
C5	Strategia produktów turystyczno-rekreacyjnych z zakresu turystyki przygodowej - studia przypadków; określanie możliwości dalszego rozwoju	2
C6	Promocja i wprowadzenia na rynek produktów turystyczno-rekreacyjnych z zakresu turystyki przygodowej; kontrola i ewaluacja strategii	2
	RAZEM	10

7 METODY DYDAKTYCZNE

- M1 Wykłady
- M2 Dyskusja
- M3 Prezentacje multimedialne
- M4 Studium przypadku
- M5 Projekty
- M6 Ćwiczenia projektowe

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	20
Konsultacje przedmiotowe	0
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
Inne	
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	35
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	35
przygotowanie do pracy grupowej	5
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	100
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	4

9 METODY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1	Aktywność na zajęciach
F2	Projekt indywidualny

**OCENA PODSUMOWUJĄCA**

P1	Egzamin pisemny
P2	Średnia ważona ocen formułujących

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

1	Przygotowanie projektów, aktywność i obecność na zajęciach, pozytywnie zdany egzamin
---	--

OCENA AKTYWNOŚCI STUDENTA BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA AKADEMICKIEGO

1	Projekt indywidualny
---	----------------------

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3	Osiągnął zamierzony efekt kształcenia na poziomie 50-65%
NA OCENĘ 4	Osiągnął zamierzony efekt kształcenia na poziomie 66-80%
NA OCENĘ 5	Osiągnął zamierzony efekt kształcenia na poziomie co najmniej 81%
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 3	Posiada wiedzę odtwórczą, nieuporządkowaną
NA OCENĘ 4	Umiejętnie wykorzystuje zdobytą wiedzę
NA OCENĘ 5	Biegłe posługuje się zdobytą wiedzą, jest samodzielny i twórczy
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 3	Posiada wiedzę odtwórczą, nieuporządkowaną
NA OCENĘ 4	Umiejętnie wykorzystuje zdobytą wiedzę
NA OCENĘ 5	Biegłe posługuje się zdobytą wiedzą, jest samodzielny i twórczy
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 3	Posiada wiedzę odtwórczą, nieuporządkowaną
NA OCENĘ 4	Umiejętnie wykorzystuje zdobytą wiedzę
NA OCENĘ 5	Biegłe posługuje się zdobytą wiedzą, jest samodzielny i twórczy
EFEKT KSZTAŁCENIA 5	
NA OCENĘ 3	Jest mało aktywny, zaangażowany
NA OCENĘ 4	Jest aktywny, zaangażowany, krytyczny, dostrzega problemy
NA OCENĘ 5	Wskazuje wysoki stopień aktywności, krytycyzmu, samodzielnie dostrzega i rozwiązuje problemy

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE	SPOSODY OCENY
EK1	K_W18	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5		P1
EK2	K_W20, K_K08	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 C1 C2 C3 C4 C5 C6		F2 F1 P2
EK3	K_U12	Cel1	C1 C2 C3 C4 C5 C6		F2 F1 P2
EK4	K_U19	Cel1	W3 W4 W5 C1 C2 C3 C4 C5 C6		F2 F1 P1 P2



EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK5	K_K04	Cel1	C1 C2 C3 C4 C5 C6		F1 P2

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

- 1 L. Mazurkiewicz — *Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym*, Warszawa, 2002, PWE

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- 1 red. L. Pender, R. Sharpley — *Zarządzanie turystyką*, Warszawa, 2008, PWE

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr Anna Wilkońska (kontakt: anna.wilkonska@awf.krakow.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr Anna Wilkońska (kontakt: anna.wilkonska@awf.krakow.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data) (odpowiedzialny za przedmiot) (kierownik) (dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....