

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2012/2013

Wydział Turystyki i Rekreacji

Kierunek studiów: Turystyka i Rekreacja

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Niestacjonarne

Kod kierunku: 812

Stopień studiów: II

Specjalności: Turystyka motywacyjna i biznesowa

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Rynek podróży biznesowych
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Business Travel Market
KOD PRZEDMIOTU	TIR812 ANTB7
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	3.00
JĘZYK WYKŁADOWY	polski
SEMESTRY	3

2 FORMA ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM	INNE	–
3	10	10	0	0	0



3 CELE PRZEDMIOTU

Cel1 Celem zajęć jest poznanie najważniejszych rynków podróży biznesowych. Łączenie wiedzy teoretycznej z praktyką gospodarczo-marketingową.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE

- 1 Regiony turystyczne
- 2 Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

- EK1 Wiedza: definiuje i charakteryzuje rynki, w tym podróży biznesowych, z uwzględnieniem przestrzennego i społeczno-gospodarczego ich charakteru
- EK2 Wiedza: zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu rynku podróży biznesowych, w tym techniki pozyskiwania danych
- EK3 Wiedza: potrafi interpretować i wyjaśniać zjawiska społeczno-gospodarcze występujące na rynku podróży biznesowych
- EK4 Wiedza: potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk na rynku podróży biznesowych oraz potrafi formułować własne opinie i dobierać krytycznie dane i metody analiz
- EK5 Kompetencje społeczne: potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności dotyczące analizy rynku podróży biznesowych

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Rynek definicje i elementy składowe; Czynniki kształtujące podaż i popyt; Rynek turystyczny; Popyt i podaż turystyczna struktura, kryteria, mechanizmy funkcjonowania	4
W2	Klasyfikacja turystyki biznesowej; Czynniki rozwoju turystyki biznesowej; Zakres i metody badań turystyki biznesowej	3
W3	Światowe rynki podróży biznesowych; Polski rynek turystyki biznesowej, miejsce Polski na świecie	2
W4	Nowe trendy w turystyce biznesowej na świecie; Przemysł wystawienniczy w Polsce i w Europie	1
	RAZEM	10

ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	Charakterystyka i struktura przyjazdów do Polski w celach biznesowych, profile klientów wg krajów, w tym sąsiedzi, kraje europejskie, pozostałe wybrane rynki światowe	6
C2	Krajowe podróże służbowe Polaków; Wydatki turysty biznesowego. Perspektywy rozwoju turystyki biznesowej w Polsce	2
C3	Badania i źródła danych dot. rynków podróży biznesowych. Kraków jako destynacja turystyki biznesowej	2
	RAZEM	10



7 METODY DYDAKTYCZNE

- M1 Wykłady
- M2 Projekty
- M3 Studium przypadku

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	0
Inne	
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	15
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	35
Inne	0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	75
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3

9 METODY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1	Projekt indywidualny
F2	Aktywność na zajęciach

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1	Egzamin pisemny
P2	Zaliczenie ustne

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

1	obecność na ćwiczeniach, pozytywnie zdany egzamin, pozytywna ocena z zaliczenia ustnego
---	---

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3	Osiągnął zamierzony efekt kształcenia na poziomie 50-64%
NA OCENĘ 4	Osiągnął zamierzony efekt kształcenia na poziomie 65-79%
NA OCENĘ 5	Osiągnął zamierzony efekt kształcenia na poziomie co najmniej 80%
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 3	Posiada wiedzę odtwórczą, nieuporządkowaną
NA OCENĘ 4	Umiejetnie wykorzystuje zdobytą wiedzę



NA OCENĘ 5	Biegle posługuje się zdobyta wiedza, jest samodzielny i twórczy
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 3	Posiada wiedzę odtwórczą, nieuporządkowaną
NA OCENĘ 4	Umiejetnie wykorzystuje zdobyta wiedzę
NA OCENĘ 5	Biegle posługuje się zdobyta wiedza, jest samodzielny i twórczy
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 3	Posiada wiedzę odtwórczą, nieuporządkowaną
NA OCENĘ 4	Umiejetnie wykorzystuje zdobyta wiedzę
NA OCENĘ 5	Biegle posługuje się zdobyta wiedza, 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	SPOSOBY OCENY
EK1	K_W07	Cel1	W1 W2 W3 W4	M1	P1
EK2	K_W14	Cel1	C1 C2 C3	M2 M3	F1 F2 P2
EK3	K_U14	Cel1	W1 W2 W3	M1	P1
EK4	K_U18	Cel1	C1 C2 C3	M2 M3	F1 F2 P2
EK5	K_K01	Cel1	W1 W2 W3 W4 C1 C2 C3	M1 M2 M3	F1 F2 P1 P2

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

- 1 M. Sidorkiewicz — *Turystyka biznesowa*, Warszawa, 2011, Difin
- 2 Z. Kedzior — *Badania rynku metody, zastosowania*, Warszawa, 2005, PWE

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- 1 Tokarz, A. Lewandowska — *Badania rynku turystycznego materiały do studiowania*, Szczecin, 2004, Uniwersytet Szczeciński

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

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

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

mgr Paweł Stelmach (kontakt: pawel.stelmach@awf.krakow.pl)
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)

.....

.....