

### Karta Opisu Przedmiotu

Kierunek studiów		Turystyka i rekreacja			
Profil kształcenia		Ogólnoakademicki			
Poziom studiów		Studia drugiego stopnia			
Specjalność		TRR/TRS/TRZ/OB.			
Forma studiów		Studia stacjonarne			
Semestr studiów		II			
Nazwa przedmiotu		Produkt turystyczny		Nauki podst. (T/N)	T
Subject Title		Tourist product			
ECTS (pkt.)				Tryb zaliczenia przedmiotu	Kod przedmiotu
Całk	3	Kont.	1,2	Prakt.	Zaliczenie na ocenę
Wymagania wstępne w zakresie przedmiotu		Podstawy turystyki, Obsługa ruchu turystycznego			
Wiedza		1. Zna terminologię turystyczną 2. Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form			
Umiejętności		1. Potrafi komunikować się z jednostką oraz grupą 2. Umiejętność korzystania z materiałów źródłowych.			
Kompetencje społeczne		1. Posiada umiejętność współpracy w grupie. 2. Wykazuje potrzebę stałego aktualizowania wiedzy			
<b>Program przedmiotu</b>					

Forma zajęć	L. godz. zajęć w sem.		Prowadzący zajęcia
Wykład	30	15	dr Bogusława Graczykowska
Ćwiczenia	30	15	dr Bogusława Graczykowska
Laboratorium			
Projekt			
Seminarium			

Treści kształcenia			
Wykład		Sposób realizacji	wykład w pom. dydaktycznych PO
Lp.	Tematyka zajęć		Liczba godzin
1.	Definicje produktu turystycznego		1
2.	Rodzaje produktu turystycznego		2
3.	Historyczny rozwój produktu turystycznego		1
4.	Tworzenie produktu turystycznego		2
5.	Wartość i cena		1
6.	Promocja produktu turystycznego		1
7.	Wymiary produktu turystycznego		1
8.	Ocena produktu turystycznego		1
9.	Rodzaje badań marketingowych		1
10.	Badania rynkowe a cykl życia produktu turystycznego		1
11.	Pojęcie strategii		1
12.	Źródła informacji rynkowej		1
13.	Pozycja produktu turystycznego w planie działalności touoperatora		1

L. godz. pracy własnej studenta	15	L. godz. kontaktowych w sem.	15
Sposoby sprawdzenia zamierzonych efektów kształcenia	Pisemne kolokwium zaliczeniowe		
<b>Ćwiczenia</b>	<b>Sposób realizacji</b>	<b>Ćwiczenia w pom. Dydaktycznych PO</b>	
Lp.	Tematyka zajęć		Liczba godzin
1.	Kategorie produktu turystycznego		1
2.	Tworzenie produktu turystycznego		2
3.	Badanie potencjału turystycznego		2
4.	Tworzenie pakietu turystycznego		2
5.	Podstawowe formuły kalkulacji cen		2
6.	Działania promocyjne		2
7.	Konstruowanie ankiety		2
8.	Biografie turystyczne		2
L. godz. pracy własnej studenta	15	L. godz. kontaktowych w sem.	15
Efekty kształcenia dla przedmiotu - po zakończonym cyklu kształcenia	Wiedza	1. Zna zasady tworzenia produktów turystycznych (K_W04) Ma pogłębioną wiedzę z zakresu organizacji imprez turystycznych i rekreacyjnych (K_W10)	
	Umiejętności	1. Potrafi tworzyć strategię rozwoju turystyki dla gminy (K_U04)	
	Kompetencje społeczne	1. Potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności. Jest zdolny do uczestniczenia w inicjatywach społecznych (K_K05)	

**Metody dydaktyczne:**

W: prezentacja multimedialna; Ć: dyskusje tematyczne, sesje, praca w grupach

**Forma i warunki zaliczenia przedmiotu:**

Wykład - pozytywne zaliczenie kolokwium. Ćwiczenia - otrzymanie pozytywnych ocen z zadań wykonywanych na ćwiczeniach, obecności na ćwiczeniach. Kolokwium oceny:

90-100% prawidłowych odpowiedzi - 5,0

70-89% prawidłowych odpowiedzi - 4,0

60-69% prawidłowych odpowiedzi - 3,0

< 60% prawidłowych odpowiedzi - 2,0

**Literatura podstawowa:**

[1] Graczykowska B.; Produkt turystyczny. Perełki Śląska Opolskiego, PO, Opole 2010

[2] Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B.; Produkt turystyczny, PWE, Warszawa 2010

[3] Marciszewska B.; Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń, C.H. Beck, Warszawa 2010

[4] Marcinkiewicz E., Kowalski Sł.; Marketing usług turystycznych, 2012

[5] Parasiuk A.; Markowe produkty turystyczne, Szczecin-Niechorze, 2004

**Literatura uzupełniająca:**

[1] Alejski W.; Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku, FHU „Albis”, Kraków 1999

[2] Kruczek Z., Walas B.; Promocja i informacja w turystyce, Proksenia, Kraków 2010

**[3] Pawlicz A.; Promocja produktu turystycznego, Difin, Warszawa 2008**

.....  
(kierownik jednostki organizacyjnej/bezpośredni przełożony:

pieczęć/podpis

.....  
(Dziekan Wydziału

pieczęć/podpis)