

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022						
INFORMACJE OGÓLNE						
1. Nazwa przedmiotu						
Produkt turystyczny						
2. Nazwa kierunku						
Turystyka i Rekreacja						
3. Poziom studiów						
Studia drugiego stopnia						
4. Liczba punktów ECTS						
3						
5. Liczba godzin w semestrze						
semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
II	15	30				
6. Język wykładowy polski						
7. Wykładowca						
Agnieszka Kozak - dr						
Edyta Kozłowska – mgr						
INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE						
8. Wymagania wstępne						
1. Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu turystyki						
9. Cele przedmiotu						
C1 Zapoznanie z terminologią związaną z produktem turystycznym						
C2 Zapoznanie z typologią produktów turystycznych						
C3 Wykształcenie umiejętności kreowania koncepcji produktów turystycznych						
10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
WIEDZA						
EU01	Student w pogłębionym stopniu zna i wyjaśnia zjawiska społeczne i ekonomiczne związane z turystyką				K_W01, K_W02	
EU02	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie wybranych metod i technik tworzenia, sprzedaży i promocji produktów turystycznych				K_W10, K_W11	
UMIEJĘTNOŚCI						
EU03	Student potrafi wykorzystać uporządkowaną, pogłębioną i rozszerzoną wiedzę specjalistyczną do oceny rozwoju produktów turystycznych na współczesnym rynku turystycznym				K_U02, K_U08	
EU04	Student potrafi posługiwać się terminologią i specjalistyczną wiedzą do oceny zjawisk i zmian zachodzących na rynku turystycznym. Posiada pogłębione umiejętności prezentowania własnych pomysłów, wątpliwości i sugestii związanych z produktem turystycznym				K_U02K_U06	

KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EU05	Student jest gotów do podejmowania wyzwań zawodowych i osobistych	K_K05, K_K07
11. Treści programowe		
Forma zajęć – wykłady		
1) Produkt turystyczny – definicja i podstawowe pojęcia 2) Produkt turystyczny – funkcje, cechy i klasyfikacja usług turystycznych 3) Produkt turystyczny na rynku turystycznym – struktura i cykl życia produktu 4) Produkt turystyczny – klasyfikacja (rzecz, usługa, obszar, obiekt, impreza, wydarzenie, szlak) 5) Regionalny produkt turystyczny 6) Sieciowy produkt turystyczny 7) Markowe produkty turystyczne 8) Promocja produktu turystycznego		
Forma zajęć – ćwiczenia		
1) Analiza podstawowych pojęć związanych z produktem turystycznym w ujęciu praktycznym 2) Poszukiwanie prawidłowości podejmowania aktywności turystycznej - biografia turystyczna 3) Najlepsze produkty turystyczne wyróżnione przez Polską Organizację Turystyczną 4) Rozwój produktów turystycznych na światowym rynku turystycznym 5) Etapy planowania i budowania produktów turystycznych 6) Zastosowanie zdobytej wiedzy i stworzenie nowego lub udoskonalenie istniejącego produktu dla branży turystycznej		
12. Narzędzia/metody dydaktyczne		
1. Prezentacja multimedialna		
2. Case study		
3. Filmy dydaktyczne		
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)		
1. Ocena przygotowanych prezentacji przez studentów		
2. Obecność i aktywność na zajęciach		
3. Zaliczenie z oceną		
14. Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje		45
2. Nakład pracy studenta		30
suma		75
liczba punktów ECTS		3
15. Literatura		
Literatura podstawowa:		
1. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., Produkt turystyczny, Pomysł, organizacja, zarządzanie, PWE, Warszawa 2010		
2. Marciszewska B. Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń Wyd. C.H. Beck Warszawa 2021		
3. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., Produkt turystyczny albo jak organizować poznawanie świata – ćwiczenia, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002		
4. Jalinik M. red., Konkurencyjność produktów turystycznych, Białystok, Politechnika Białostocka, 2009.		
5. Panasiuk A. red., Markowe produkty turystyczne, Szczecin - Niechorze - Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego, 2004		
6. Niezgoda A., Nawrot Ł. red., Kierunki rozwoju współczesnej turystyki, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2019		
7. Mateusz Naramski , Krzysztof Herman, Adam R. Szromek, Instrumenty promocji produktu turystycznego i ich rola w promowaniu aktywności turystycznej, ROZPRAWY NAUKOWE Akademii		

Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Wrocław 2014
Literatura uzupełniająca:
1. Barbara Marciszewska, Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń, Warszawa Wydawnictwo C.H. Beck, 2010
2. Wiadomości turystyczne, Rynek turystyczny – czasopisma
16. Formy oceny – szczegóły
Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: zajęcia kończą się egzaminem i zaliczeniem z oceną Procentowy podział ocenianych efektów w kategoriach wiedza, umiejętności, kompetencje: W – 60%, U – 35%, K – 5% Egzamin pisemny sprawdzający wiedzę studenta - Czas trwania 60 minut - 5 pytań problemowych/opisowych. - Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% pozytywnych odpowiedzi. - Punktacja – każde pytanie oceniane jest w skali od 0 do 1 pkt. Maksymalnie można uzyskać 5 pkt., minimalnie 3pkt. • 0 – 2,9pkt - niedostateczny (2,0) • 3,0 – 3,4 dostateczny (3,0) • 3,4 – 3,9 dostateczny plus (3,5) • 4,0 – 4,4 dobry (4,0) • 4,5 – 4,9 dobry plus (4,5) • 5,0 bardzo dobry (5,0) Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest uzyskanie pozytywnych ocen z dwóch prezentacji multimedialnych na tematy wskazane przez prowadzącego oraz przedstawienie projektu własnego produktu turystycznego.
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w PSW w Białej Podlaskiej
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem