

26. Promocja i informacja turystyczna



WYŻSZA SZKOŁA HANDLU I USŁUG
W POZNANIU

OPIS PRZEDMIOTU

KIERUNEK	Turystyka i rekreacja
SPECJALNOŚĆ	Turystyka międzynarodowa
TRYB STUDIÓW	Stacjonarny / niestacjonarny
SEMESTR	6

Nazwa przedmiotu	Promocja i informacja turystyczna	MPR_4_26
Wymiar godzinowy poszczególnych form zajęć	Studia stacjonarne – 30 Studia niestacjonarne – 30	
	• wykłady Studia stacjonarne – 10 Studia niestacjonarne – 10	
	• inne formy Studia stacjonarne – 20 Studia niestacjonarne - 20	

Cele kształcenia:	<ul style="list-style-type: none"> – Przekazanie podstawowej wiedzy o promocji regionu, – uporządkowanie terminologii stosowanych w nauce o turystyce (promocja, region), instrumenty i środki promocji, – przybliżenie podstaw teorii informacji turystycznej, poprzez ewolucję rozwiązań organizacyjnych, aż po prezentację aktualnych tendencji w promowaniu regionów oraz informacji turystycznej, a nawet oznakowaniu turystycznym.
--------------------------	---

Efekty kształcenia dla przedmiotu			
Numer	Efekty kształcenia, student/ka, który/a zaliczył/a przedmiot, potrafi:	Odniesienie efektów kształcenia dla programu	Odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru
EK_W01	ma ogólną wiedzę w zakresie teorii promocji i informacji turystycznej regionu.	K_W01	P6S_WG
EK_W02	zidentyfikować i zbadać potrzeby klientów oraz przygotować dla nich projekt oferty marketingowej	K_W05 K_W15	P6S_WG
EK_U03	posiada rozwinięte umiejętności badawcze pozwalające na formułowanie problemów badawczych, wybór metody i techniki badawczej, opracowanie i interpretację wyników, wyciągnięcie wniosków	K_U14	P6S_UU
EK_U04	posiada umiejętność organizowania pracy, samodzielnego podejmowania przedsięwzięć i rozwiązywania problemów w oparciu o normy i reguły dotyczące sfery turystyki i rekreacji	K_U12	P6S_UO
EK_K05	sformułować plan działań promocyjnych oraz określić sposoby ich weryfikacji	K_K09 K_K08	P6S_KR P6S_KO
EK_K06	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywny w odniesieniu do podmiotów	K_K08	P6S_KO

	gospodarczych		
--	---------------	--	--

Numer treści	Treści kształcenia / programowe	Odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
Wykłady/Ćwiczenia		
T_01	Historia przewodnictwa turystycznego i pilotażu na świecie i w Polsce.	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_02	Charakterystyka działalności przewodników turystycznych i pilotów (funkcje i zadania).	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_03	System i struktura przewodnictwa turystycznego oraz pilotażu w Polsce i wybranych krajach UE. Uznawalność dyplomów (kwalifikacji przewodników turystycznych i pilotów wycieczek) w UE. Europejski projekt norm kształcenia i kwalifikacji przewodników turystycznych.	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_04	Kompetencje przewodników turystycznych i pilotów – zasady ich nabywania.	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_05	Zawodowa sylwetka przewodnika turystycznego i pilota wycieczek.	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_06	Stowarzyszenia pilotów wycieczek i przewodników turystycznych - ich rola.	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_07	Odpowiedzialność prawna pilotów wycieczek i przewodników turystycznych.	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_08	Sposoby zatrudniania pilotów wycieczek i przewodników turystycznych - pilot rezydent.	EK_W01 EK_W02 EK_W03
T_09	Etapy pracy pilota wycieczek turystycznych: spotkanie z grupą, czynności w środkach transportu, kwaterowanie grupy, praca z grupą itp.	EK_W01 EK_W02 EK_W03 EK_U04 EK_U05 EK_K06 EK_K07
T_10	Metodyka prowadzenia różnych grup turystycznych: młodzieżowych, biznesowych, osób niepełnosprawnych, pielgrzymkowych i innych.	EK_W01 EK_W02 EK_W03 EK_U04 EK_U05 EK_K06 EK_K07
T_11	Schematy postępowania pilota wycieczek i przewodnika turystycznego w sytuacjach awaryjnych.	EK_W01 EK_W02 EK_W03 EK_U04 EK_U05 EK_K06 EK_K07

T_12	Warsztat pilota wycieczek i przewodnika turystycznego. Znaczenie (i źródła) informacji w pracy pilota wycieczek i przewodnika turystycznego	EK_W01 EK_W02 EK_W03 EK_U04 EK_U05 EK_K06 EK_K07
T_13	Skuteczna interpretacja dziedzictwa kulturowego – warsztaty.	EK_W01 EK_W02 EK_W03 EK_U04 EK_U05 EK_K06 EK_K07
T_14	Charakterystyka wybranych budowli na świecie – praca.	EK_W01 EK_W02 EK_W03 EK_U04 EK_U05 EK_K06 EK_K07
T_15	Pilotaż wycieczki - obiekty zabytkowe miasta Poznania – ćwiczenia warsztatowe	EK_W01 EK_W02 EK_W03 EK_U04 EK_U05 EK_K06 EK_K07

Metody i formy prowadzenia zajęć	Treści kształcenia i programowe
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	T_12
Wykład konwersatoryjny	T_06, T_11
Wykład problemowy	T_07, T_08
Wykład informacyjny	T_01 – 05
Dyskusja	
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	T_10, T_11
Metoda warsztatowa	T_13, T_15
Metoda projektu	
Prezentacja multimedialna	T_14
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śnieżnej”, konstruowanie „map myśli”)	
Inne (jakie?) – ...	
...	

Kryteria oceny w odniesieniu do poszczególnych	
---	--

efektów kształcenia					
Efekt kształcenia	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5	
EK_W01	Student/ka nie ma ogólnej wiedzy w zakresie teorii promocji i informacji turystycznej regionu.	Student/ka w stopniu podstawowym posiada ogólną wiedzę w zakresie teorii promocji i informacji turystycznej regionu.	Student/ka w stopniu dobrym posiada ogólną wiedzę w zakresie teorii promocji i informacji turystycznej regionu.	Student/ka w stopniu pełnym ma ogólną wiedzę w zakresie teorii promocji i informacji turystycznej regionu.	
EK_W02	Student/ka nie umie zidentyfikować i zbadać potrzeb klientów oraz przygotować dla nich projekt oferty marketingowej	Student/ka potrafi zidentyfikować i zbadać potrzeby klientów oraz przygotować dla nich projekt oferty marketingowej	Student/ka nie tylko potrafi zidentyfikować i zbadać potrzeby klientów oraz przygotować dla nich projekt oferty marketingowej, ale także umie określić jej wpływ na przedsiębiorstwo i środowisko zewnętrzne	Student/ka nie tylko potrafi zidentyfikować i zbadać potrzeby klientów oraz przygotować dla nich projekt oferty marketingowej, ale także umie określić jej wpływ na przedsiębiorstwo i środowisko zewnętrzne oraz wskazać negatywne aspekty marketingu	
EK_U03	Student/ka nie potrafi formułować problemów badawczych, wybrać właściwych metod, opracować wyników i wyciągać wniosków	Student/ka słabo rozpoznaje i potrafi formułować problemy badawcze, wybiera niewłaściwe metody, słabo opracowuje wyniki i wyciąga wnioski	Student/ka potrafi rozpoznać i sformułować problemy badawcze, wybierając odpowiednie metody opracowania, wyciąga proste wnioski	Student/ka prawidłowo potrafi rozpoznać i sformułować problemy badawcze, wybierając odpowiednie metody opracowania i interpretacji, wyciąga prawidłowe wnioski	
EK_U04	Student/ka nie posiada umiejętność organizowania pracy, samodzielnego podejmowania przedsięwzięć i rozwiązywania problemów w oparciu o normy i reguły dotyczące sfery turystyki i rekreacji	Student/ka w stopniu podstawowym posiada umiejętność organizowania pracy, samodzielnego podejmowania przedsięwzięć i rozwiązywania problemów w oparciu o normy i reguły dotyczące sfery turystyki i rekreacji	Student/ka w stopniu dobrym posiada umiejętność organizowania pracy, samodzielnego podejmowania przedsięwzięć i rozwiązywania problemów w oparciu o normy i reguły dotyczące sfery turystyki i rekreacji	Student/ka w stopniu pełnym posiada umiejętność organizowania pracy, samodzielnego podejmowania przedsięwzięć i rozwiązywania problemów w oparciu o normy i reguły dotyczące sfery turystyki i rekreacji	
EK_K05	Student/ka nie potrafi sformułować planu działań promocyjnych oraz określić sposoby ich weryfikacji	Student/ka w stopniu podstawowym potrafi sformułować plan działań promocyjnych oraz określić sposoby ich weryfikacji	Student/ka w stopniu dobrym potrafi sformułować plan działań promocyjnych oraz określić sposoby ich weryfikacji	Student/ka w stopniu pełnym potrafi sformułować plan działań promocyjnych oraz określić sposoby ich weryfikacji	
EK_K06	Student/ka nie myśli i nie działa w sposób przedsiębiorczy, nie jest kreatywna/y w odniesieniu do podmiotów gospodarczych	Student/ka w stopniu dostatecznym myśli i działa w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywny w odniesieniu do podmiotów gospodarczych	Student/ka myśli i działa w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywna/y w odniesieniu do podmiotów gospodarczych w stopniu dobrym	Student/ka myśli i działa w sposób przedsiębiorczy, jest kreatywna/y w odniesieniu do podmiotów gospodarczych w stopniu bardzo dobrym	

Weryfikacja efektów kształcenia	Symbole EK dla modułujących/przedmiotu					
	W01	W02	U03	U04	U05	K06
Egzamin pisemny	X	X	X	X	X	
Egzamin ustny						

Zaliczenie pisemne						
Zaliczenie ustne						
Kolokwium pisemne						
Kolokwium ustne	X	X	X	X	X	X
Test						
Projekt						
Praca pisemna						
Raport						
Prezentacja multimedialna	X	X	X	X	X	X
Praca podczas ćwiczeń	X	X	X	X	X	X
Inne (jakie?) - ...						

Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta	Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	10	10
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	20	20
3. Konsultacje z nauczycielem	20	20
Razem 1+2+3	50	50
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)	—	—
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)	50	50
Razem 4+5	50	50
SUMA 1+2+3+4+5	100	100
Łącznie punktów ECTS wg planu studiów	4	

Literatura podstawowa	<ul style="list-style-type: none"> – Z. Kruczek, B. Walas <i>Promocja i informacja turystyczna</i>, Proksenia Kraków 2004, – Mazurkiewicz L., <i>Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym</i>, PWE, Warszawa 2002
Literatura uzupełniająca	<ul style="list-style-type: none"> – Holloway Ch., Robinson Ch., <i>Marketing w turystyce</i>, PWE, Warszawa 1997. – Kall J., <i>Promocja sprzedaży czyli jak sprzedać najwięcej</i>, Rzeczpospolita, Businessman Book, Warszawa 1993. – Rapacz A., <i>Przedsiębiorstwo turystyczne. Podstawy i zasady działania</i>, PWN, Warszawa 1994. – Middleton V.T.C., <i>Marketing w turystyce</i>, PAPT, Warszawa 1996, – Czasopisma, foldery, przewodniki turystyczne.