

**AGH**AGH UNIVERSITY OF SCIENCE
AND TECHNOLOGY

Nazwa modułu: Tworzenie produktu turystycznego

Rok akademicki: 2015/2016 Kod: BTR-1-504-s Punkty ECTS: 2

Wydział: Geologii, Geofizyki i Ochrony Środowiska

Kierunek: Turystyka i Rekreacja Specjalność: —

Poziom studiów: Studia I stopnia Forma i tryb studiów: Stacjonarne

Język wykładowy: Polski Profil kształcenia: Ogólnoakademicki (A) Semestr: 5

Strona www: —

Osoba odpowiedzialna: dr Dryglas Diana (ddryglas@agh.edu.pl)

Osoby prowadzące: dr Dryglas Diana (ddryglas@agh.edu.pl)

Krótką charakterystyka modułu

Przekazanie podstawowych pojęć związanych z tworzeniem produktu turystycznego i wiedzy nt etapów budowy produktu turystycznego. Wykształcenie umiejętności samodzielnego kształtowania produktu tur.

Opis efektów kształcenia dla modułu zajęć

Kod EKM	Student, który zaliczył moduł zajęć wie/umie/potrafi	Powiązania z EKK	Sposób weryfikacji efektów kształcenia (forma zaliczeń)
Wiedza			
M_W001	Rozumie podstawowe zagadnienia związane z turystyką	TR1A_W01, TR1A_W02	Kolokwium
M_W002	Zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z tworzeniem produktu turystycznego	TR1A_W02	Kolokwium, Udział w dyskusji
M_W003	Potrafi analizować podstawowe zagadnienia dotyczące tworzenia produktu turystycznego	TR1A_W12	Udział w dyskusji
Umiejętności			
M_U001	Uczy się zdobywać podstawową wiedzę z zakresu tworzenia produktu turystycznego	TR1A_U03, TR1A_K06	Udział w dyskusji
M_U002	Potrafi posługiwać się zdobytą wiedzą i samodzielnie tworzyć produkt turystyczny	TR1A_U06, TR1A_U12	Kolokwium
M_U003	Potrafi prognozować rozwój produktów turystycznych	TR1A_U01	Kolokwium

Matryca efektów kształcenia w odniesieniu do form zajęć

Kod EKM	Student, który zaliczył moduł zajęć wie/umie/potrafi	Forma zajęć										
		Wykład	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia laboratoryjne	Ćwiczenia projektowe	Konwersatorium	Zajęcia seminaryjne	Zajęcia praktyczne	Zajęcia terenowe	Zajęcia warsztatowe	Inne	E-learning
Wiedza												
M_W001	Rozumie podstawowe zagadnienia związane z turystyką	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
M_W002	Zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z tworzeniem produktu turystycznego	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
M_W003	Potrafi analizować podstawowe zagadnienia dotyczące tworzenia produktu turystycznego	+	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Umiejętności												
M_U001	Uczy się zdobywać podstawową wiedzę z zakresu tworzenia produktu turystycznego	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
M_U002	Potrafi posługiwać się zdobytą wiedzą i samodzielnie tworzyć produkt turystyczny	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-
M_U003	Potrafi prognozować rozwój produktów turystycznych	-	-	-	+	-	-	-	-	-	-	-

Treść modułu zajęć (program wykładów i pozostałych zajęć)**Wykład**

1. Definicje produktu turystycznego (2h),
2. Kategorie produktu turystycznego (2h),
3. Przykłady produktów turystycznych (2h),
4. Strategia Rozwoju Krajowego Produktu Turystycznego Polski, produkty markowe turystyki polskiej (2h),
5. struktura produktu turystycznego (4h),
6. Pojęcie związane z tworzeniem strategii (2h).

Ćwiczenia projektowe

Etapy budowy produktu turystycznego na przykładach proponowanych przez Studentów:

Nazwa produktu i logo,

Charakterystyka podmiotu tworzącego produkt

3. Deklaracja wizji, misji (DOKĄD ZMIERZAMY?),

4. Struktura produktu,

5. Opis marki,
6. Identyfikacja celów strategicznych (CO I KIEDY?), hierarchia ważności celów strategicznych,
7. Generowanie działań/zadań strategicznych możliwych do zastosowania i ocena ważności i prawdopodobieństwa ich realizacji w ramach danego celu (JAK?),
8. Opracowanie mierników realizacji poszczególnych działań strategicznych,
9. Opracowanie harmonogramu,
10. Ocena ryzyka.

Sposób obliczania oceny końcowej

Średnia z ocen cząstkowych (obecność, aktywność na zajęciach, projekt)

Wymagania wstępne i dodatkowe

Wiedza ogólna z zakresu podstaw marketingu w turystyce i zarządzania turystyką

Zalecana literatura i pomoce naukowe

- Altkorn J., Marketing w turystyce, PWN, Warszawa 2002
Holloway J. Ch., Robinson Ch., Marketing w turystyce, PWE, Warszawa 1997
Kaczmarek A., Stasiak B. Włodarczyk B., Produkt turystyczny, PWE, Warszawa 2005.
Kompendium wiedzy o turystyce, praca zbiorowa pod red. G. Gołembskiego, PWN, Warszawa-Poznań 2002
Kotler Ph., Bowens J., Makens J., Marketing for Hospitality & Tourism, Prentice Hall 1996.
Middleton V. T. C., Marketing w turystyce, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa 1996.
Mazurkiewicz L., Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym, PWE, Warszawa 2002.
Medlik S., Leksykon podróży, turystyki, hotelarstwa, PWN, Warszawa 1995.
Mruk H., Rutkowski I.P., Strategia produktu, PWE, Warszawa 1999.
Strategia kształtowania produktu turystycznego regionu sudeckiego, praca zbiorowa pod red. A. Rapacza, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 1997.
Zarządzanie produktem, praca zbiorowa pod red. B. Sojkina, PWE, Warszawa 2003.
Zarządzanie nowym produktem, praca zbiorowa pod red. A. Sosnowskiej, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2000.
Obłój K., Strategia organizacji, PWE, Warszawa 2001
Gołębiowski T., Zarządzanie strategiczne. Planowanie i kontrola, Difin, Warszawa 2001
Pierścionek Z., Strategie rozwoju firmy, PWN, Warszawa 1998
Stabryła A., Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy, PWN, Warszawa 2000
Karlof B., Strategia biznesu. Koncepcje i modele. Biblioteka Menedżera i bankowca, Warszawa 1992
Kay J., Podstawy sukcesu firmy, PWE, Warszawa 1996
Koch R., Strategia, PSB, Kraków 1998
Johnson G., Scholes K., Whittington R., Podstawy strategii, PWE, Warszawa 2010

Publikacje naukowe osób prowadzących zajęcia związane z tematyką modułu

- D. Dryglas, Czy produkt turystyczny polskich uzdrowisk ma przewagę konkurencyjną?, w: XIV Kongres Uzdrowisk Polskich, red. J. Golba, K. Rymarczyk-Wajda, Wyd. Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych RP, Kołobrzeg 2005, ISSN 1427-0900, s.88-104.
D. Dryglas, Uzdrowisko to też jest produkt turystyczny, Wiadomości Turystyczne 16-31 sierpnia 2006/118 (16).
D. Dryglas, Kreowanie konkurencyjnego produktu turystycznego uzdrowisk w Polsce, w: Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, Wyd. ALMAMER Wyższa Szkoła Ekonomiczna w Warszawie, red. D. Dutkiewicz, F. Midura, E. Wysocka, Warszawa 2006, ISBN 83-60197-28-8, s. 383-395.
Dryglas, Programowanie uzdrowiskowego produktu turystycznego opartego na wiedzy, w: Wiedza jako czynnik rozwoju gospodarki i organizacji, red. T. Szot-Gabryś, Wyd. Wyższa Szkoła Umiejętności w Kielcach, Kielce 2009, ISBN 978-83-60880-96-8, s. 415-426.
D. Dryglas, Kształtowanie obiektu spa jako innowacyjnego uzdrowiskowego produktu turystycznego w Polsce, w: Uzdrowiska i ich znaczenie w gospodarce turystycznej, red. A. Szromek, Wyd. Proksenia, Kraków 2010, ISBN 978-83-60789-27-8, s. 151-166.

D. Dryglas, A. Hadzik, Kierunki rozwoju produktu turystycznego województwa śląskiego, w: Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca, red. A. Rapacz, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2011, ISBN 978-83-7695-124-9, s. 204-214.

D. Dryglas, Uzdrowisko jako produkt turystyczny zdeterminowany przestrzennie, w: Zeszyt Naukowy Katedry Geografii i Ekorozwoju, red. A. T. Jankowski, A. Nitkiewicz-Jankowska, G. Jankowski, Wyd. GWSH w Katowicach, Katowice 2011, ISSN 1428-9520, s. 72-85.

D. Dryglas, Dziedzictwo kulturowe jako element uzdrowiskowego produktu turystycznego, w: B. Sawicki, A.K. Mazurek-Kusiak, J. Janicka, Zarządzanie produktem i walorami kulturowymi w turystyce, Wyd. Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Lublin 2012, ISBN 83-923569-4-2, s. 87-97.

B. Sawicki, M. Tabaczyńska, D. Dryglas, Rola Bieszczadzkiego Towarzystwa Cyklistów w rozwoju turystyki rowerowej w południowo-wschodniej Polsce, w: Rola organizacji pozarządowych w rozwoju i promocji turystyki, red. B. Sawicki, A. Nizioł, M. Obodyński, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2012, ISBN 978-83-62592-93-7, s. 204- 217.

R. Łożyński, D. Dryglas, Rola organizacji pozarządowej w rozwoju turystyki wiejskiej na przykładzie Związku Pomocy Rozwojowi Zielonej Turystyki Wiejskiej na Ukrainie, w: Rola organizacji pozarządowych w rozwoju i promocji turystyki, red. B. Sawicki, A. Nizioł, M. Obodyński, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2012, ISBN 978-83-62592-93-7, s.364-374.

D. Dryglas, J. Koproń, B. Bednarska, S. Borowicz, (2012), Rekreacja ruchowa jako ważny czynnik w kształtowaniu produktu agroturystycznego, w: Środowiskowe aspekty produkcji roślinnej i zwierzęcej, red. K. Kowalczyk, Wyd. Uniwersytetu Przyrodniczego w Lublinie, ISBN 978-83-7259-207-1, s. 238-250.

D. Dryglas, Małopolska (Lesser Poland) as the health resort tourist product, w: Tourism role in the regional economy. Regional tourism product-theory and practice, red. J. Wyrzykowski, J. Marak, Wyd. Wyższa Szkoła Handlowa we Wrocławiu, Wrocław 2013, ISBN 978-83-937018-0-3, s. 376-386.

D. Dryglas, K. Miśkiewicz, (2014) Construction of the geotourism product structure on the example of Poland, W: SGEM 2014 : GeoConference on Ecology, economics, education and legislation : 17-26 June 2014, Albena, Bułgaria . Vol. 2; ISBN: 978-619-7105-18-6, S. 155-162.

D. Dryglas, (2014), Budowa struktury uzdrowiskowego produktu turystycznego Swoszowic w świetle badań ankietowych w: Rola uzdrowisk i przedsiębiorstw uzdrowiskowych w turystyce i w lecznictwie uzdrowiskowym, red. A. R. Szromek ; Kraków : Wydawnictwo „PROKSENIA”, ISBN: 978-83-60789-51-3, s. 195-210.

Informacje dodatkowe

Są dwa terminy zaliczenia

Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
Udział w wykładach	15 godz
Udział w ćwiczeniach projektowych	30 godz
Wykonanie projektu	15 godz
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	60 godz
Punkty ECTS za moduł	2 ECTS