

Przedmiot:	Planowanie turystyczne				Kod:
Kierunek:	Turystyka i rekreacja				Rok/Semestr: II stopień 2/4
Specjalność:	wszystkie				Tryby: S/NS
Liczba godzin / semestr: 30/24					Punkty ECTS: 2
Wykłady:	Ćwiczenia: 30/24	Laboratoria:	Projekty:	Seminaria:	

1. Wykładowca/y:

kierownik przedmiotu:

imię i nazwisko: Ewa Kruszyńska

e-mail: Ewa.kruszynska@wshig.poznan.pl

prowadzący:

imię i nazwisko: Ewa Kruszyńska

e-mail: Ewa.kruszynska@wshig.poznan.pl

2. Katedra: Turystyki i Rekreacji

e-mail: wshig@wshig.poznan.pl

3. Rodzaj przedmiotu: obowiązkowy

4. Miejsce przedmiotu w programie studiów (rodzaj przedmiotu): grupa treści kierunkowych

5. Wymagania wstępne i dodatkowe: brak

6. Cel przedmiotu: Zapoznanie się z systemem planowania w turystyce

7. Efekty kształcenia:

Wiedza:

Znać i rozumieć pojęcia: ładu przestrzennego, przestrzeni ekologicznej i ekorozwoju. Poznać podstawy planowania przestrzennego i społeczno-gospodarczego. Zasady zagospodarowania przestrzeni oraz wykorzystania zasobów przyrodniczych i antropogenicznych na cele turystyczne i rekreacyjne. Znać programowanie zrównoważone rozwoju turystyki i rekreacji w skali lokalnej. Znać instrumenty planowania w turystyce i rekreacji na różnych poziomach zarządzania. Poznać zasady partnerstwa publiczno-prywatnego i publiczno-społecznego w procesie planowania. Plany rozwoju przedsiębiorstw, obszarów oraz produktów turystyczno-rekreacyjnych. Planowanie zintegrowane w turystyce i rekreacji.

Umiejętności: Student umie zaprogramować zrównoważony rozwój turystyki i rekreacji w skali lokalnej (np. gminy).

Student powinien umieć zaplanować program rozwoju turystyki na różnych poziomach zarządzania w oparciu o zasadę zrównoważonego rozwoju. Student powinien umieć wdrożyć program rozwoju turystyki na różnych poziomach zarządzania w oparciu o zasadę zrównoważonego rozwoju.

Inne kompetencje (personalne i społeczne)

Otwartość na wdrażanie programów rozwoju turystyki na różnych poziomach zarządzania w oparciu o zasadę zrównoważonego rozwoju.

8. Metody dydaktyczne: ćwiczenia

9. Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia z przedmiotu, a także formę i warunki zaliczenia poszczególnych form zajęć wchodzących w zakres danego przedmiotu: frekwencja, aktywność, referat, test końcowy

10. Elementy składowe oceny końcowej: aktywność w dyskusji – 25%, referat – 25 %, egzamin – 50%)

11. Całkowity nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów w godzinach: czas na lektury i przygotowanie się do zajęć – 15, czas na napisanie referatu – 10, czas na przygotowanie się do egzaminu – 20

12. Treści merytoryczne przedmiotu:

1. Planowanie marketingowe w gospodarce turystycznej
2. Plan medialny – budżet promocyjny
3. Planowanie działalności hotelarskiej (wewnętrzne źródła wspomagające planowanie i zarządzanie, specjalistyczne programy komputerowe)
4. Plan marketingowy w turystyce (tworzenie planu, harmonogram działania, konstrukcja planu marketingowego)
5. Plan marketingowy a ogólna strategia przedsiębiorstwa turystycznego(proces zarządzania strategicznego, proces planowania, kontekst strategiczny, przegląd sytuacji, sformułowanie strategii marketingowej, alokacja środków i obserwacja)
6. Cele strategiczne w turystyce i uzdrowiskach(znaczenie planowania, ustalenie celów, obszary celów, konflikty i zagrożenia, główne cele krajowe)
7. Przegląd rynków turystycznych i uzdrowiskowych
8. Nowe tendencje rynkowe turystyki i uzdrowisk

13. Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego przedmiotu:

Literatura obowiązkowa:

Boruszczak M., 2000, Polityka samorządu lokalnego w dziedzinie turystyki, WSTiH, Gdańsk

Szubert – Zarzeczny U., 2002, Turystyka w rozwoju gospodarczym Polski, „Edukacja”, Wrocław.

Literatura uzupełniająca:

Diamond J., 2007, Upadek, Prószyński i S-ka, Warszawa.

Parysek J.J., (red.), 1995, Rozwoj lokalny: zagospodarowanie przestrzenne i nisze atrakcyjności gospodarczej. WN PWN, Warszawa.

14. Język wykładowy: polski

15. Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu