

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

**1. Wykładowca/y:**

kierownik przedmiotu:

imię i nazwisko: Ewa Kruszyńska

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

prowadzący:

imię i nazwisko: Ewa Kruszyńska

e-mail: Ewa.kruszyńska@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 kreowaniem produktów turystycznych i tworzeniem ofert turystycznych oraz ich promocją

**7. Efekty kształcenia:** Celem zajęć jest przybliżenie słuchaczom zagadnień związanych z rozwojem produktów turystycznych, działaniami wspierającymi projekty turystyczne obejmujące inwestycje w infrastrukturę unikatowych produktów turystycznych oraz wsparcie dla obiektów stanowiących wyjątkowe atrakcje turystyczne.

**Inne kompetencje (personalne i społeczne)**

Świadomość w kierowaniu marki produktu turystycznego, audytu turystycznego, otwartość w przygotowywaniu produktu turystycznego, kreowanie marki produktu turystycznego, zarządzanie produktem turystycznym na rynku.

**8. Metody dydaktyczne:** Ćwiczenia, prezentacje multimedialne, dyskusje

**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 podczas zajęć, prezentacje, zaliczenie na ocenę

**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. Definicja produktu turystycznego, rodzaje produktu turystycznego
2. Cykl życia i komercjalizacja produktu turystycznego
3. Cena: funkcje, mechanizmy jej kształtowania, formuły kalkulacji, kryteria zróżnicowania, strategia i taktyczna rola cen
4. Promocja produktu turystycznego
5. Marka i logo produktu turystycznego
6. Targi turystyczne
7. Strategia rozwoju produktu turystycznego
8. Dystrybucja produktu turystycznego

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

**Literatura obowiązkowa:**

1. Aleksander Stefan Kornak, Andrzej Rapacz, Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2001
2. Cezary Marcinkiewicz, Marketing usług turystycznych, Częstochowa 2003
3. Cezary Marcinkiewicz, Marketing turystyczny, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki, Częstochowa 2003
4. Zygmunt Kruczek, Bartłomiej Walas, Promocja i informacja turystyczna, Wydawnictwo Proksenia, Kraków 2004
5. Zygmunt Kruczek, Obsługa ruchu turystycznego, Kraków 2004

**Literatura uzupełniająca:**

1. Projekt Strategii Rozwoju Polskiej Turystyki 2007-2013. Dokument Rządowy przyjęty przez RM. Ministerstwo Gospodarki. Departament Turystyki.
2. Jędrzejczyk J.: Nowoczesny biznes turystyczny. Ekostrategie w zarządzaniu firmą. PWN 2001.
3. Marka dla Polski. Idea przewodnia. Raport nr 1. Instytut Marki Polskiej 2004
4. Wróblewski S., Produkty markowe turystyki biznesowej, Rynek Turystyczny 1997.
5. Panasiuk A., Marketing usług turystycznych, Wydawnictwo Naukowe PWN Warszawa 2006.
6. Urbanek G., Zarządzanie marką, PWE, Warszawa 2002.

**14. Język wykładowy:** polski

## **15. Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu**