

SYLABUSDOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2023/2024 – 2024/2025
(skrajne daty)

Rok akademicki 2023/2024

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	ORGANIZACJA TURYSTYKI W POLSCE
Kod przedmiotu*	
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Historii
Kierunek studiów	Turystyka Historyczna i Kulturowa
Poziom studiów	studia II stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	rok I semestr 1
Rodzaj przedmiotu	kierunkowy
Język wykładowy	polski
Koordinator	dr Robert Andrzejczyk
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne	Liczba pkt. ECTS
1			30						3

1.2. Sposób realizacji zajęć

- zajęcia w formie tradycyjnej
 zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) – zaliczenie z oceną (konwersatorium)**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

brak

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

C1	Zapoznanie z zakresem pojęciowym i problemowym w zakresie organizacji turystyki w Polsce oraz informacji i promocji turystycznej.
C2	Zapoznanie studentów z historią rozwoju organizacji turystycznych w Polsce oraz polskiego systemu informacji turystycznej i jego obecnego kształtu.
C3	Przedstawienie zakresu narzędzi używanych w informacji i promocji turystycznej.
c4	Wykształcenie umiejętności wykorzystania instrumentów informacji i promocji turystycznej.

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	zna i rozumie złożone uwarunkowania prawne organizacji turystyki w Polsce	K_W03
EK_02	zna i rozumie specyfikę funkcjonowania sektora informacji turystycznej oraz zna zasady współpracy ze środowiskiem lokalnym i organizacjami społecznymi	K_W05
EK_03	potrafi samodzielnie pozyskiwać wiedzę i korzystać ze źródeł informacji na temat organizacji turystyki i informacji turystycznej w Polsce	K_U01, K_U03,
EK_04	jest gotów do dbania o tradycję i dziedzictwo cywilizacyjne i przekazywanie wiedzy w tym zakresie	K_K02

3.3 Treści programowe

A. ~~Problematyka wykładu~~

Treści merytoryczne
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.

B. Problematyka ćwiczeń, **konwersatoriów**, laboratoriów, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne
1. Podstawowe pojęcia z zakresu turystyki według terminologii Światowej Organizacji Turystyki.
2. Organizacja turystyki w Polsce: administracja rządowa i samorządowa, organizacje społeczne (w tym PTTK), izby gospodarcze, przedsiębiorstwa i biura turystyczne.

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

3. Informacja turystyczna w Polsce
4. Podstawowe pojęcia i definicje z zakresu informacji i promocji w turystyce.
5. Charakterystyka zmian w polskim systemie informacji turystycznej w XX i XXI wieku.
6. Porównanie systemów informacji turystycznej w wybranych krajach Europy (praca własna studentów).
7. Organizacja pracy centrum i punktu „it”.
8. System oznakowania turystycznego w Polsce.
9. Rola nowych technologii w informacji turystycznej.
10. Podstawowe elementy promocji.
11. Wybrane narzędzia promocji.
12. Organizacja promocja destynacji turystycznej w kraju i zagranicą.
13. Projektowanie i realizacja kampanii za pomocą systemu informacji turystycznej
14. Marka turystyczna i jej miejsce w systemie informacji i promocji turystycznej.

3.4 Metody dydaktyczne

Konwersatoria: metody kształcenia na odległość, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, dyskusja, analiza przypadków, praca indywidualna oraz w małych grupach (3-5 osób)

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
EK_01	PREZENTACJA, DYSKUSJA	KONWERSATORIUM
EK_02	PREZENTACJA, DYSKUSJA	KONWERSATORIUM
EK_03	PREZENTACJA, DYSKUSJA, OBSERWACJA W TRAKCIE ZAJĘĆ, PRACA INDYWIDUALNA, PRACA W GRUPACH	KONWERSATORIUM
EK_04	PREZENTACJA, DYSKUSJA, OBSERWACJA W TRAKCIE ZAJĘĆ, PRACA INDYWIDUALNA, PRACA W GRUPACH	KONWERSATORIUM

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

pozytywne oceny cząstkowe w trakcie semestru za określone zadania (referat, prezentacja). Ocena końcowa jest wypadkową: aktywnej obecności na zajęciach, potwierdzonej udziałem w dyskusji (aktywny udział w dyskusji przynajmniej w 1/3 zajęć) oraz pracą indywidualną (referat, prezentacja)

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny z harmonogramu studiów	30
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	10
Godziny niekontaktowe – praca własna	50

studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	
SUMA GODZIN	90
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	3

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	
zasady i formy odbywania praktyk	

7. LITERATURA

<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. L. Butowski, <i>Organizacja turystyki w Polsce</i>, Lublin 2004. 2. W. Kurek, <i>Turystyka</i>, PWN, Warszawa 2008. 3. Z. Kruczek, B. Walas, <i>Promocja i informacja w turystyce</i>, Proksenia, Kraków 2010. 4. <i>Podręcznik obsługi klienta – turyści w centrach i punktach informacji turystycznej</i>, red. R. Andrzejczyk, J. Janowski, M. Pałach, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2020 5. <i>Informacja turystyczna</i>, red. A. Panasiuk, Wydawnictwo Beck, Warszawa 2010 6. J. Panasiuk, <i>Marketing usług turystycznych</i>, PWN, Warszawa 2005 7. S. Briggs, <i>Marketing w turystyce</i>, PWE, Warszawa 2003
<p>Literatura Uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A. Oleksiuk, <i>Marketing usług turystycznych</i>, Difin, Warszawa 2010 2. B. Richards, <i>Marketing usług turystycznych</i>, Pearson Longman, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2003 3. <i>The Branding of Tourist Destination. Theoretical and Empirical Insights</i>, red. M. A. Camilleri, Emerald Publishing, Londyn 2019 4. Czasopisma turystyczne („Rynek Turystyczny”, „Wiadomości Turystyczne”)

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej