

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu

Targi turystyczne

2. Nazwa kierunku

Turystyka i Rekreacja

3. Poziom studiów

Studia pierwszego stopnia

4. Liczba punktów ECTS

4

5. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
V				15		
VI				15		

6. Język wykładowy polski**7. Wykładowca**

Edyta Kozłowska - mgr

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu turystyki.
2. Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu obsługi ruchu turystycznego.
3. Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu zakładanie i prowadzenie własnej firmy

9. Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie ze strukturą organizacyjną, zasadami i celem organizacji targów turystycznych.

C2 Zdobycie wiedzy w zakresie promocji produktów turystycznych.

C3 Zdobycie wiedzy umożliwiającej samodzielne działania związane z organizacją targów turystycznych

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:

odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się

WIEDZA

EU01	Ma wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych oraz o poglądach i relacjach między nimi.	K_W03, K_W04
------	---	--------------

UMIEJĘTNOŚCI

EU02	Potrafi identyfikować indywidualne potrzeby człowieka podczas targów turystycznych i wykorzystać wiedzę specjalistyczną do współpracy z przedsiębiorstwami turystycznymi	K_U04, K_U07
------	--	--------------

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU03	Potrafi adaptować się i działać w nowych warunkach i zaistniałych sytuacjach podczas uczestnictwa i organizacji targów turystycznych.	K_K06
------	---	-------

11. Treści programowe**Forma zajęć** – zajęcia praktyczne

1. Pojęcia związane z organizacją i funkcjonowaniem targów turystycznych.

2. Uczestnictwo w targach jako decyzja marketingowa (zasady wyboru imprezy targowej, targi, jako skuteczna forma promocji imprez turystycznych, promocja jako system komunikowania się z rynkiem). Główne ośrodki skupiające wystawców branży turystycznej.
3. Udział w Targach Turystycznych – zajęcia terenowe
4. Organizacja Studenckich Targów Turystycznych

12. Narzędzia/metody dydaktyczne

1. Katalogi z aktualną ofertą imprez turystycznych
2. Case study

13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)

1. Obecność i aktywność na zajęciach
2. Odpowiedź ustna
3. Prezentacja oferty turystycznej na Studenckich Targach Turystycznych

14. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	38
2. Nakład pracy studenta	62
suma	100
liczba punktów ECTS	4

15. Literatura

Literatura podstawowa:

1. Jakubczyk-Gryszkiewicz J., Gryszkiewicz B., *Komunikacja marketingowa w turystyce*. Katowice 2007
2. Kruczek Z., Walas B., *Promocja i informacja turystyczna*. Proksenia, Kraków 2004
3. Polska Organizacja Turystyczna *Podręcznik obsługi klienta – turyści w centrach i punktach informacji turystycznej* Warszawa 2020

Literatura uzupełniająca:

1. Internet, czasopisma

16. Formy oceny – szczegóły

Przedmiot kończy się zaliczeniem z oceną.

Ocena z targów turystycznych dokonywana jest w oparciu o oceny projektów częściowych i odpowiedź ustną dotyczącą przedstawionej dokumentacji; kryteria oceny: poprawność pod względem merytorycznym, staranność, innowacyjność rozwiązania, wiedza dotycząca prezentowanego rozwiązania.

17. Inne przydatne informacje o przedmiocie

1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Białskiej im. Jana Pawła II
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem