

Budowa rynku turystycznego i analiza popytu - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Budowa rynku turystycznego i analiza popytu
Kod przedmiotu	04.4-WZS-TiRP-BRTAP
Wydział	Wydział Nauk Biologicznych
Kierunek	Turystyka i rekreacja
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Zbigniew Świątkowski

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	-	-	Egzamin
Ćwiczenia	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Przedmiot dotyczy poznania specyfiki badań rynku turystycznego. Przedmiot umożliwia zdobycie wiedzy o sposobach pomiaru ruchu turystycznego oraz dotyczy analizy bieżącego ruchu turystycznego a także ukazuje sposoby prognozowania ruchu turystycznego.

Wymagania wstępne

Podstawowe wymagania z zakresu podstaw ekonomii, ekonomiki turystyki i rekreacji, wiedza z zakresu podstaw marketingu.

Zakres tematyczny

- Wprowadzenie do treści dotyczących badania rynku turystycznego.
- Klasyfikacja metod, technik badawczych na rynku turystycznym.
- Metody projektowania badania rynku turystycznego.
- Metodologia badań w dziedzinie rekreacji i turystyki.
- Dobór próby do badania rynku. Liczebność próby w badaniach rynkowych.
- Zasady budowy kwestionariusza i skalowanie odpowiedzi.
- Metody badań empirycznych (eksperyment, monografia, sondaż diagnostyczny, badania panelowe, itd.).
- Metody badań rynku turystycznego (wskaźniki: Schneidera, Charvata, Deferta).
- Metody badań ruchu turystycznego (krajowego i zagranicznego).
- Metody prezentacji wyników badań.
- Badanie elastyczności i sezonowości popytu turystycznego.
- Wskaźniki w analizie wielkości i struktury popytu turystycznego.
- Analiza pojemności rynku turystycznego. Analiza przestrzenna rynku turystycznego.
- Popyt turystyczny jako kategoria ekonomiczna. Cechy i determinanty ekonomiczne popytu turystycznego.
- Uwarunkowania decyzji nabywczych na rynku turystycznym.
- Źródła informacji o popycie turystycznym.
- Modele zachowań konsumentów na rynku turystycznym.
- Tendencje w popycie turystycznym w Polsce.

Metody kształcenia

Wykład – w zależności od omawianego problemu - metody konwencjonalne lub problemowe oraz metoda pokazu,
Ćwiczenia - metoda ćwiczeniowa i metoda pokazu.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student posiada wiedzę o metodach badań empirycznych i innych metodach badawczych stosowanych na rynku turystycznym	K_W06	- egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne - kolokwium	- Wykład - Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zna podstawowe pojęcia z zakresu popytu turystycznego i modele zachowań konsumentów na rynku turystycznym	• K_W06	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • kolokwium	• Wykład • Ćwiczenia
Student zna metody projektowania badania i metody prezentacji wyników badań popytu turystycznego	• K_W06	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • kolokwium	• Wykład • Ćwiczenia
Student zna podstawowe metody doboru próby do badań i zna źródła informacji o ruchu turystycznym	• K_W06	• egzamin - ustny, opisowy, testowy i inne • kolokwium	• Wykład • Ćwiczenia
Student umie scharakteryzować rynek turystyczny	• K_U03	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • referat	• Ćwiczenia
Student umie identyfikować czynniki wpływające na popyt turystyczny	• K_U03	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • referat	• Ćwiczenia
Student umie klasyfikować metody i techniki badawcze popytu turystycznego	• K_U28	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Ćwiczenia
Student potrafi przeprowadzić dobór próby do badania	• K_U28	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Zaliczenie przedmiotu na ocenę na podstawie oceny z ćwiczeń (50%) i oceny z egzaminu (50%)

Literatura podstawowa

S. Kaczmarczyk, Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2011

Badania rynku. Metody i zastosowania pod red. Z. Kędzior, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2005

A. Niezgoda, P. Zmyślony, Popyt turystyczny: uwarunkowania i perspektywy rozwoju, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2003

Literatura uzupełniająca

L. Rudnicki, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Proksenia, Kraków 2010

Analiza rynku pod red. H. Mruka, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2003

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Zbigniew Świątkowski (ostatnia modyfikacja: 07-01-2019 20:48)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ