

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 2019/2020

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	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	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
-------------	-----------------	--------------------	-------------

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zna metody projektowania badania i metody prezentacji wyników badań popytu turystycznego	K_W06	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student zna podstawowe metody doboru próby do badań i zna źródła informacji o ruchu turystycznym	- K_W06 - K_W10	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student zna podstawowe pojęcia z zakresu popytu turystycznego i modele zachowań konsumentów na rynku turystycznym	- K_W02 - K_W06	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student posiada wiedzę o metodach badań empirycznych i innych metodach badawczych stosowanych na rynku turystycznym	- K_W06 - K_W10	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student umie scharakteryzować rynek turystyczny	- K_U03 - K_U05	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - referat	Ćwiczenia
Student umie klasyfikować metody i techniki badawcze popytu turystycznego	K_U28	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student umie przeprowadzić dobór próby do badania	K_U28	obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Ćwiczenia
Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę systematycznego doskonalenia się i rozwoju osobistego	K_K01	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja	Ćwiczenia
Student potrafi współdziałać i pracować w grupie	K_K02	- aktywność w trakcie zajęć - przygotowanie referatu	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Zaliczenie przedmiotu na ocenę na podstawie oceny z ćwiczeń (50%) i oceny z wykładów (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 doc. dr Krzysztof Dzieńdziura (ostatnia modyfikacja: 18-04-2019 08:16)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ