

Nowe trendy w turystyce - course description

General information	
Course name	Nowe trendy w turystyce
Course ID	16.2-WB-WF3PD-NTwT-S21
Faculty	Faculty of Biological Sciences
Field of study	Physical Education / Teaching
Education profile	practical
Level of studies	Second-cycle studies leading to MS degree
Beginning semester	winter term 2021/2022

Course information	
Semester	4
ECTS credits to win	2
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr Agnieszka Gandecka

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Laboratory	30	2	18	1,2	Credit with grade

Aim of the course

Celem zajęć jest analiza najnowszych tendencji występujących w turystyce i rekreacji pod wpływem zmieniających się uwarunkowań, jak również przekonanie studenta o konieczności prognozowania i planowania przyszłości w turystyce poprzez wskazanie na praktycznych przykładach wpływu różnych czynników zmian na zmiany w popycie i podaży turystycznej.

Prerequisites

Wiadomości podstawowe dotyczące geografii turystycznej

Scope

- Definicja turystyki, ruchu i rynku turystycznego oraz charakterystyka uwarunkowań rozwoju turystyki.
- Ewolucja turystyki międzynarodowej - od formy elitarnej do masowej. Wpływ globalizacji na turystykę. Dominujące trendy spędzania czasu wolnego na przestrzeni lat.
- Egzo- i endogenne uwarunkowania zmian w turystyce
- Uwarunkowanie egzogenne - wpływ zmian demograficznych i polaryzacji gospodarczej świata
- Uwarunkowania egzogenne - zmiany w środowisku naturalnym (klimatyczne, rozwój zrównoważony) i skutki nieprzewidzianych kryzysów na rozwój turystyki
- Tendencje w rozwoju transportu turystycznego i ich wpływ na rynek
- Technologie informatyczne i komunikacyjne oraz ich wpływ na zachowania producentów i konsumentów
- Uwarunkowania endogenne - tendencje w hotelarstwie i gastronomii.
- Produkty turystyczne i zmiany w strukturze oferowanych produktów jako sposób dostosowania się do popytu nabywców
- Koncepcja hard&soft tourism
- Rozwój sportów ekstremalnych, turystyki przemysłowej i kulturowej jako przykłady zmian w produkcie turystycznym
- Dywersyfikacja rodzajów i form turystyki w ujęciu społecznym
- Dzieci i młodzież jako twórcy i odbiorcy nowych ofert w turystyce
- Innowacyjne formy kreowanego lokalnego produktu turystycznego
- Produkty turystyczne i ich wdrażanie. Etapy tworzenia produktu. Inwentaryzacja składników produktu oraz ich selekcja

Teaching methods

- wykład informacyjny (konwencjonalny) z prezentacją multimedialną,
- metoda projektowa

- studium przypadku

- burza mózgów

- dyskusja

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
student zna wpływ zmian demograficznych, środowiskowych i nieprzewidywanych kryzysów na zmiany popytu turystycznego	• K2_W06 • O.1.3.K03	• a discussion • activity during the classes • an ongoing monitoring during classes	• Laboratory
student potrafi (na podstawie dotychczasowych trendów) określić konsekwencje rozwoju globalizacji, transportu turystycznego i nowych technologii na kształtowanie popytu u podaży turystycznej	• K2_W06 • K2_U01 • K2_U04	• a preparation of a project • activity during the classes • an ongoing monitoring during classes	• Laboratory
student posiada świadomość konieczności konsekwentnego pogłębiania wiedzy dotyczącej nowych trendów rozwoju turystyki	• K2_K01	• a preparation of a project • activity during the classes • an ongoing monitoring during classes	• Laboratory
student potrafi przewidzieć tendencje zmian na rynku atrakcji wynikające ze zróżnicowania grup odbiorców	• K2_U04 • K2_U05	• a preparation of a project • activity during the classes • an ongoing monitoring during classes	• Laboratory
student posiada świadomość konieczności stałego śledzenia uwarunkowań wpływających na zmiany rynku turystycznego	• K2_U06 • K2_K01	• a preparation of a project • activity during the classes • an ongoing monitoring during classes	• Laboratory
potrafi tworzyć produkt turystyczny uwzględniający potrzeby i zainteresowania odbiorców oraz warunki antropogeniczne i przyrodnicze regionu	• K2_U12 • O.1.2.U05 • K2_K01	• a discussion • a preparation of a project	• Laboratory

Assignment conditions

Projekt grupowy: przygotowanie pomysłu lokalnego produktu turystycznego w oparciu o najnowsze trendy w turystyce. Ocenie podlegać będzie: zgodność z tematem, kreatywność, umieszczenie w realiach regionu lubuskiego, możliwości realizacji. Na ocenę wpływać będzie również aktywność studenta podczas zajęć.

Recommended reading

1. Kruczek Z., Banasik W., Dynamika przemian rynku turystycznego Warszawa 2014.
2. Biernat E., Dziedzic E., Trendy w turystyce, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2017.
3. Sokołowski M., Tomczykowska P., Kreatywność w turystyce. Nowe trendy w rozwoju turystyki, Wydawnictwo naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika 2016.
4. Berbeka J., Borodako K. (red.) Technologie informacyjne i komunikacyjne na rynku turystycznym Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa, 2017.

Further reading

1. Alejziak W., Szczechowicz B., Globalizacja a rozwój turystyki – implikacje dla planowania i polityki turystycznej, W: Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. Planowanie i polityka turystyczna Z. Młynarczyk, A. Zajadacz, (red.), Turystyka i Rekreacja – Studia i Prace, 22, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań 2019.
2. Morozova, I. (2016). Blog podróżniczy jako przestrzeń dla kreowania i komunikowania wzorców podróży. Folia Turistica, 40, 2016.
3. Poczta, J., Mariianchuk, M., Samoświadomość turysty kulturowego a wizualność turystycznego świata, powszechność fotografii i ich wpływ na jakość turystycznego przeżywania. Turystyka Kulturowa, 11, 2013.
4. Zeng, B., Gerritsen, R., What do we know about social media in tourism? A review. Tourism Management Perspectives, 10, 2014.

Notes

Modified by dr Agnieszka Gandecka (last modification: 15-04-2021 15:42)