

Nowe trendy w turystyce - course description

General information	
Course name	Nowe trendy w turystyce
Course ID	04.4-WZS-TiRP-NTwT
Faculty	Faculty of Biological Sciences
Field of study	tourism and entertainment
Education profile	practical
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2022/2023

Course information	
Semester	2
ECTS credits to win	3
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	- dr Agnieszka Gandecka - mgr Łukasz Kozłowski

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
Lecture	30	2	18	1,2	Exam
Class	15	1	9	0,6	Credit with grade

Aim of the course

Celem zajęć jest analiza najnowszych tendencji występujących w turystyce i rekreacji pod wpływem zmieniających się uwarunkowań, wskazanie konieczności ich śledzenia oraz wyposażenie studentów w umiejętność posługiwania się nowymi mediami, tak by potrafili stosować je do tworzenia prostych kampanii w wybranych mediach społecznościowych.

Prerequisites

Zaliczony przedmiot podstawy turystyki

Scope

Wykład:

1. Produkty turystyczne i zmiany w strukturze oferowanych produktów jako sposób dostosowania się do popytu nabywców
2. Uwarunkowanie egzogenne - wpływ zmian demograficznych i polaryzacji gospodarczej świata
3. Uwarunkowania egzogenne - zmiany w środowisku naturalnym (klimatyczne, rozwój zrównoważony) i skutki nieprzewidzianych kryzysów na rozwój turystyki
4. Uwarunkowania endogenne - tendencje w hotelarstwie i gastronomii.
5. Tendencje w rozwoju lokalnych produktów turystycznych
6. Turystyka lokalna - uwarunkowania, struktury organizacji turystycznych
7. Nowe typy, rodzaje i odmiany turystyki: turystyka kwalifikowana, incentive toursim, turystyka medyczna
8. Overtoursim i demarketing - sposoby zapobiegania negatywnym konsekwencjom
9. Turystyka popandemiczna
10. Psychologia w marketingu turystycznym - przykłady kampanii promocyjnych
11. Produkty turystyczne i ich wdrażanie. Etapy tworzenia produktu. Inwentaryzacja składników produktu oraz ich selekcja
12. Pozyskiwanie funduszy na działania turystyczne - źródła i case study

Ćwiczenia

1. Social media w turystyce
2. Nowe media społecznościowe fb, instagram, tik tok, youtube
3. Marketing w wyszukiwarkach - google adwords, google adsense

4. Kontrowersje w kampaniach promocyjnych – case study

5. Zasady tworzenia kampanii

6. Real time marketing – wyzwania, zalety, wady

7. Przydatne aplikacje w marketingu turystycznym

8. Zasady tworzenia postów – zdefiniowania klienta, zdjęcie - aplikacje do zdjęć, nagłówki, angażujące treści, psychologia koloru, call to action, język korzyści, hasztagi, storytelling

9. Zasady autoprezentacji w mediach

10. Tworzenie płatnych kampanii - Facebook, Instagram

11. Zarządzanie zespołem

12. Prowadzenie Informacji Turystycznej - tworzenie budżetu, kadry, współpraca z samorządem lokalnym

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 nieprzewidzianych kryzysów na zmiany popytu turystycznego	• K_W01 • K_W02 • K_U01	• activity during the classes • an evaluation test • an ongoing monitoring during classes	• Lecture • Class
student posiada świadomość konieczności konsekwentnego pogłębiania wiedzy dotyczącej nowych trendów rozwoju turystyki	• K_U02 • K_U04 • K_U05	• a preparation of a project • activity during the classes • an ongoing monitoring during classes	• Lecture • Class
Student umie określić modelującą zachowania ludzi rolę social mediów w kreowaniu produktu turystycznego	• K_W01 • K_W03 • K_U13	• a discussion • a preparation of a project • activity during the classes	• Class
student potrafi obsługiwać wybrane mediach społecznościowe i zaprojektować prostą kampanię komunikacyjną	• K_W11 • K_U07 • K_U13	• a preparation of a project • activity during the classes • an ongoing monitoring during classes	• Class

Assignment conditions

Wykłady: test

ćwiczenia: projekt kampanii komunikacyjnej realizowanej w mediach społecznościowych

Recommended reading

1. Biernat E., Dziedzic E., Trendy w turystyce, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2017.

2. Reformat B., Innowacje w turystyce, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2017.

3. Kreatywność w turystyce. Nowe trendy w rozwoju turystyki (praca zbiorowa), Wydawnictwo Naukowe UMK, Toruń 2016.

Further reading

1. Majewska J., Napierała, Adamiak, Wykorzystanie nowych technologii informacyjnych do opisu przestrzeni turystycznej, Folia Turistica, Kraków 2016.

2. Papińska-Kacperek J., Miejskie aplikacje mobilne w turystyce kulturowej w Polsce, Turystyka Kulturowa Nr 2, 2016

3. Nowacki M., E-marketing w praktyce regionów turystycznych Polski, Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego We Wrocławiu 2015, 49,

Literatura internetowa zalecana studentom na bieżąco, w miarę potrzeb

Notes

Modified by dr Agnieszka Gandecka (last modification: 03-02-2023 12:17)

Generated automatically from SylabUZ computer system