

Turystyka biznesowa - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Turystyka biznesowa
Kod przedmiotu	04.4-WB-TiR2P-F4-TBi-S21
Wydział	Wydział Nauk Biologicznych
Kierunek	Turystyka i rekreacja
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	5
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Iwona Miedzińska

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
Ćwiczenia	20	1,33	12	0,8	Zaliczenie na ocenę
Laboratorium	10	0,67	6	0,4	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z dynamicznie rozwijającym się rynkiem turystyki biznesowej, wyposażenie go w wiedzę z zakresu działania sektora turystycznego z ukierunkowaniem na usługi MICE (przemysł spotkań), spotkania grupowe (seminaria, konferencje itp.), wystawy (targi, pokazy dla branży lub klientów), szkolenia, kursy, podróże motywacyjne (incentive travel), imprezy firmowe – imprezy integracyjne, motywacyjne.

Wymagania wstępne

znajomość nowych trendów w turystyce

Zakres tematyczny

- Podstawy turystyki biznesowej. Czynniki rozwoju turystyki biznesowej. Zakres i metody badań turystyki biznesowej.
- Formy turystyki biznesowej - turystyka konferencyjna, kongresowa, motywacyjna, korporacyjna, przemysł wystawienniczy.
- Rynek turystyki biznesowej. Odbiorcy oferty turystyki biznesowej. Potencjał obszaru recepcji turystycznej z punktu widzenia oferty turystyczno-biznesowej
- Produkt turystyki biznesowej. Strategie: produktów, promocji i sprzedaży
- Determinanty kształtowania i rozwoju turystyki biznesowej
- Dobre praktyki: studia przypadków dotyczące turystyki biznesowej w Polsce i na świecie

Metody kształcenia

wykład informacyjny

wykład problemowy

case study

dyskusja

wycieczka studyjna

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
posiada świadomość konieczności śledzenia zmian na rynku turystycznym i w obrębie potrzeb samego turysty	- K_W02 - K_U07 - K_K01 - K_K02	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja	- Laboratorium - Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student okazuje szacunek wobec klienta, grup społecznych oraz troskę o ich dobro	K_K04	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja	- Laboratorium - Ćwiczenia
ma pogłębioną wiedzę z zakresu uwarunkowań i kierunków rozwoju turystyki biznesowej	K_W02 K_W03	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja - kolokwium	- Laboratorium - Ćwiczenia
uzyska wiedzę i umiejętności w zakresie obsługi klientów biznesowych oraz podjęcia pracy zawodowej w instytucjach zajmujących się turystyką biznesową	K_W08 K_U15	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja - kolokwium	- Laboratorium - Ćwiczenia
potrafi scharakteryzować działania sektora turystycznego z ukierunkowaniem na usługi MICE (przemysł spotkań)	K_U02 K_U05	- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja - kolokwium	- Laboratorium - Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

aktywność na zajęciach, kolokwium zaliczeniowe

Literatura podstawowa

- Cieślakowski K., Rynek turystyki konferencyjnej (t. 1 i 2), Wydawnictwo Akademii Wychowania Fizycznego, Katowice 2014
- Davison R., Cope B., Turystyka biznesowa, POT, 2003
- Nawrocka E., Istota turystyki biznesowej, stan i czynniki jej rozwoju na przykładzie Wrocławia, "Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu", nr 41, 2013
- Sidorkiewicz M., Turystyka Biznesowa, Difin, Warszawa, 2011

Literatura uzupełniająca

- Borodako K., Turystyka biznesowa w Krakowie na tle wybranych miast polskich, "Prace Geograficzne", z. 134, 2013
- Kalinowska-Żeleźnik A., Sidorkiewicz M., Identyfikacja usług wybranych produktów turystyki biznesowej. Ujęcie marketingowe, "Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego", nr 723, 2012
- Niezgoda A., Markiewicz E., Turystyka biznesowa a turystyka zrównoważona-przykład hotelu w aglomeracji, "Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu", t. 63, nr 6, 2015

raporty branżowe np. Polska Organizacja Turystyczna, Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce

czasopisma branżowe np. E-Hotelarz

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Agnieszka Gandecka (ostatnia modyfikacja: 21-04-2022 13:42)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ