

KARTA KURSU

Nazwa	Nowe trendy w turystyce biznesowej	
Nazwa w j. ang.	New trends in business tourism	
Koordynator	dr Robert Faracik	Zespół dydaktyczny
		dr Robert Faracik
Punktacja ECTS*	1	

Opis kursu (cele kształcenia)

Student posiada umiejętność wskazywania najważniejszych trendów rozwojowych w zakresie nowych produktów turystyki biznesowej, w tym zarządzania przemysłem spotkań. Potrafi wskazać nowe ośrodki turystyki biznesowej w Polsce i na świecie oraz rozumie uwarunkowania prowadzące do regionalnego zróżnicowania turystyki biznesowej. Student potrafi wskazać nowe strategie w zakresie organizacji wydarzeń, nowe narzędzia marketingowe, nowe technologie, nowe zawody i niezbędne kompetencje na rynku przemysłu spotkań. Zna obecne wytyczne, standardy i zasady organizacji spotkań biznesowych w Polsce i na świecie. Wie jaka jest rola Convention Bureau w rozwoju przemysłu spotkań, jak również jakie są dalsze perspektywy rozwoju tego segmentu turystyki w Polsce i na świecie. Potrafi określić wpływ sytuacji kryzysowych na rynek turystyki biznesowej na przykładzie pandemii COVID19.

Warunki wstępne

Wiedza	Ogólna wiedza z zakresu turystyki i rekreacji. Podstawy wiedzy z zakresu problematyki turystyki biznesowej.
Umiejętności	Umiejętność wyszukiwania materiałów źródłowych, korzystania z nich oraz wyciągania wniosków na podstawie pozyskanych informacji
Kursy	Przewidziane planem studiów

Efekty uczenia się

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01. Zna i rozumie najważniejsze trendy rozwojowe w zakresie nowych produktów turystyki biznesowej.	K_W02, K_W04, K_W06, K_W07, K_W08
	W02. Zna nowe ośrodki turystyki biznesowej w Polsce i na świecie oraz rozumie uwarunkowania prowadzące do regionalnego zróżnicowania turystyki biznesowej.	K_W02, K_W04, K_W06, K_W07, K_W08
	W03. Zna obecne wytyczne, standardy i zasady organizacji spotkań biznesowych w Polsce i na świecie.	K_W04, K_W06, K_W08
	W04. Potrafi określić wpływ sytuacji kryzysowych na rynek turystyki biznesowej	K_W02, K_W04, K_W06, K_W08

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	U1. Umiejętność wyszukiwania materiałów źródłowych (m.in. raportów branżowych) z zakresu turystyki biznesowej i korzystania z nich.	K_U01, K_U02
	U02. Umiejętność wyciągania wniosków na podstawie pozyskanych informacji i materiałów źródłowych	K_U01, K_U02
	U03. Potrafi samodzielnie i w zespole zaplanować i zrealizować przedsięwzięcia związane z obsługą turystyki biznesowej.	K_U01, K_U02
	U04. Potrafi zróżnicować sposób obsługi klienta biznesowego – indywidualnego i instytucjonalnego, a także w zależności od formy turystyki biznesowej.	K_U12, K_U10

Kompetencje społeczne	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
-----------------------	-----------------------------	-------------------------------------

	K01. Student ma świadomość konieczności zdobywania nowej wiedzy i umiejętności.	K_K01, K_K03, K_K07
	K02. Student ma świadomość wpływu turystyki na kształtowanie postaw tolerancji dla różnorodności kulturowej, etnicznej i religijnej na świecie	K_K06
	K03. Rozumie i posiada umiejętność współpracy w zespole i między zespołami/institucjami.	K_K01, K_K02, K_K03, K_K07

Organizacja										
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach								
		A		K		L		S		P
Liczba godzin	15									

Opis metod prowadzenia zajęć

Zajęcia prowadzone w formie wykładu z zastosowaniem analizy przypadków (case studies).

Formy sprawdzania efektów uczenia się:

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01						X				X			
W02						X				X			
W03						X				X			
W04						X				X			
U01						X				X			
U02						X				X			
U03						X				X			
U04						X				X			

K01						X				X			
K02						X				X			
K03						X				X			

Kryteria oceny	1. Obecność na zajęciach 2. Opracowanie projektu indywidualnego 3. Zaliczenie pisemne z treści wykładów
----------------	---

Uwagi	
-------	--

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

1. Zmiany zakresu pojęciowego turystyki biznesowej.
2. Dywersyfikacja produktowa turystyki biznesowej – nowe produkty na rynku turystyki biznesowej.
3. Dywersyfikacja przestrzenna turystyki biznesowej – nowe ośrodki turystyki biznesowej w Polsce i na świecie a tradycyjne centra turystyki biznesowej.
4. Nowy model turysty biznesowego.
5. Współczesne trendy w zarządzaniu turystyką biznesową.
6. Przyszłość turystyki biznesowej – warunki rozwojowe i ograniczenia.

Słowniczek (5-15 pojęć w języku angielskim)

meetings industry, trends, management, meetings, events market, condition and development determinants of business tourism, convention industry, convention infrastructure, Convention Bureau

Wykaz literatury podstawowej

Faracik R., Kurek W., Mika M., Pawlusiński R., Pitrus E., Ptaszycka-Jackowska D., Rodzaje i formy turystyki, 2012, [w:] W. Kurek (red.), Turystyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, ss. 196-338.
 Borodako K., Berbeka J., Rudnicki M., 2015, Zarządzanie innowacjami w przemyśle spotkań, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.

Wykaz literatury uzupełniającej

Borodako K., Berbeka J., Rudnicki M., 2014, Usługi specjalistyczne w turystyce biznesowej, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków.

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	15
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	5
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	5
Ogółem bilans czasu pracy		30
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		1