

KARTA KURSU (realizowanego w module specjalności)

Turystyka kulturowa

(nazwa specjalności)

Nazwa	Kreowanie produktów turystyki kulturowej	
Nazwa w języku ang.	Creating Cultural Tourism Product	
Koordinator		Zespół dydaktyczny
		mgr Karol Bożek
Punktacja ECTS*	2	

Opis kursu (cele kształcenia)

Po ukończeniu kursu student zna i rozumie cele i zasady tworzenia produktów kulturowych w ramach gospodarki turystycznej. Rozumie różnicę pomiędzy produktem turystyki a produktem turystyki kulturowej. Potrafi przyjąć perspektywę turysty i usługodawcy przy ocenie produktu.

Efekty uczenia się

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
Wiedza	W01 Zna i rozumie podstawową terminologię z zakresu produktu turystyki kulturowej	W02
	W02 Rozumie różnicę pomiędzy punktem widzenia usługodawcy i turysty na produkt turystyczny	W02
	W03 Zna zasady tworzenia produktu turystyki kulturowej	W03

Umiejętności	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
	U01 Potrafi tworzyć i oceniać różne produkty turystyki kulturowej	U01, U02, U03
	U02 Rozpoznaje i rozumie potrzeby klientów zaspakajane konsumpcją produktów turystycznych	U02

Kompetencje społeczne	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
	K01 Docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe regionów turystycznych i dostrzega możliwość wykorzystania ich w turystyce	K01, K02
	K02 Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy, widzi potrzebę uczestnictwa w działaniach na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego	K02

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

Opis metod prowadzenia zajęć

Zajęcia prowadzone są w formie prezentacji studiów przypadku oraz dyskusji. Ponadto studenci przygotowują semestralną pracę projektową i prezentują ją podczas zajęć.

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	Zaliczenie pisemne	Inne
W01						X	X	X					
W02						X	X	X					
W03						X	X	X					
U01						X	X	X					
U02						X	X	X					
K01						X	X	X					
K02						X	X	X					

Kryteria oceny	Student uzyskuje zaliczenie na podstawie obecności, aktywności na zajęciach, terminowego przygotowania i prezentacji projektu, pozytywnej oceny projektu.
----------------	---

Uwagi	
-------	--

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

<ol style="list-style-type: none"> 1. Produkt kulturowej atrakcji turystycznej 2. Produkt kulturowej turystyki biura podróży 3. Kreowanie produktów turystycznych pod kątem oczekiwań turystów 4. Wybrane trendy w zakresie tworzenia produktów turystyki kulturowej, a w szczególności kreatywny produkt turystyki kulturowej
--

Słowniczek (5-15 pojęć w języku angielskim)

<p>tourist product, cultural tourism product, tourist attraction, cultural value, historical significance, heritage tourism product, creative cultural tourism product</p>
--

Wykaz literatury podstawowej

<ul style="list-style-type: none"> • Rohrscheidt, A.M. (2016). Turystyka Kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy (wyd. III). Wydawnictwo KulTour.pl, Poznań. • Zdon-Korzeniowska, M. (2019). Jak kształtować regionalne produkty turystyczne? Teoria i praktyka. Wydawnictwo UJ, Kraków. • Żemła, M. (2003). Podstawowe formułowania strategii kształtowania produktu turystycznego regionu, GWSH, Katowice. • Żemła, M. (2008). Nowatorskie podejście do kształtowania marki w turystyce – licencjonowanie marki obszaru recepcji turystycznej. [w:] Chudy-Hyski, D., Żemła, M. (red.), Turystyka – Innowacje – Konsument, GWSH, Katowice.
--

Wykaz literatury uzupełniającej

<ul style="list-style-type: none"> • Al-Ababneh, M.M. (2020). Creative Cultural Tourism as a New Model for Cultural Tourism. <i>Journal of Tourism Management Research</i>, 1(1), 39-44. • Borkowska-Niszczoła, M. (2012). Współpraca instytucji kultury na rzecz rozwoju produktów turystyki kulturowej w ujęciu teoretycznym i praktycznym. <i>Ekonomia i Zarządzanie</i>, 4(2), 56-59. • Gluvačević, D. (2016). The Power of Cultural Heritage in Tourism – Example of the City of Zadar. <i>International Journal of Scientific Management and Tourism</i>, 2(1), 3-24. • Rohrscheidt, A.M. (2021). Interpretacja dziedzictwa w turystyce kulturowej, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań. • Wawrzyniak, M. (2010). Czytanie miasta – idea produktu turystyki literackiej na przykładzie Łodzi. <i>Turystyka Kulturowa</i>, 3, 16-29. • Ziółkowska-Weiss, K., Szubert, M., Bożek, K. (2022). Heritage of the Ancient Rome as a Theme of Cultural Tourism in the Author's Original Route in the Rhineland. <i>Perspectives on Culture</i>, 2(37), s. 111-129.
--

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	15
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	10
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	10
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	15
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	
Ogółem bilans czasu pracy		50
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2