

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Promocja i informacja w ruchu turystycznym i pielgrzymkowym
Prowadzący	Agnieszka Czyż - Mańkowska
Wydział	Wydział Teologiczny
Kierunek	Turystyka religijna
Poziom studiów	studia pierwszego stopnia (licencjackie)
Profil studiów	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	nauki teologiczne
Obowiązuje od roku akademickiego	2025/2026
Rok studiów	3
Semestr	6
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (<i>obowiązkowy, do wyboru</i>)	do wyboru
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (<i>symbole</i>)	CTR_W11; CTR_W14; CTR_U01; CTR_U03; CTR_K04; CTR_K05
Rodzaj zajęć (<i>wybór z listy*</i>)	ćwiczenia
Liczba godzin	15
Liczba ECTS	2
Wymagania wstępne	
Opis i cele przedmiotu	

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
• Systematyka pojęć związanych z promocją i informacją w ruchu turystycznym • Podstawowe instrumenty promocji w ruchu turystycznym • Budowa marki turystycznej • Promocja szlaków turystycznych i pielgrzymkowych • Rola marketingu w gospodarce turystycznej • Polska Organizacja Turystyczna – rola, zadania, placówki w Polsce i na świecie • Promocja – cechy i zadania • Public relations	

• Internet jako narzędzie promocji • Zasady oznakowania turystycznego miast, regionów i szlaków turystycznych	
Łącznie godzin:	15

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się <i>(co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)</i>	Opis przedmiotowych efektów uczenia się <i>(wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt)</i> <i>(co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)</i>	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się <i>(np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)</i>
CTR_W11	absolwent zna i rozumie w stopniu zaawansowanym fakty, teorie, metody i zależności między nimi oraz różnorodne, złożone uwarunkowania prowadzonej działalności zawodowej, w szczególności pojęcia z zakresu organizacji i obsługi ruchu turystycznego i pielgrzymkowego	student zna podstawową terminologię i specyfikę poszczególnych form promocji turystyki posiada wiedzę o skutecznych metodach promocji i informacji w branży turystycznej zna mechanizmy budowy marki turystycznej posiada wiedzę niezbędną do obsługi ruchu turystycznego i pielgrzymkowego	Egzamin ustny, prezentacja, praca w grupach i praca indywidualna
CTR_W14	absolwent zna i rozumie w stopniu zaawansowanym fakty, teorie, metody i zależności między nimi oraz różnorodne, złożone uwarunkowania prowadzonej działalności zawodowej, w szczególności prawne, organizacyjne i ekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania podmiotów turystycznych i pielgrzymkowych	umiejętność budowania relacji z uczestnikami wewnętrznymi i zewnętrznymi rynku turystycznego student potrafi dokonywać oceny przydatności turystycznej wybranych atrakcji turystycznych pod względem możliwości promocji i informacji turystyki posiada wiedzę o aktualnych wymogach prawnych związanych z promocją usługi lub produktu turystycznego	
CTR_U01	absolwent potrafi w innowacyjny sposób wykonywać zadania oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy w zmiennych i nie w pełni przewidywalnych warunkach, planować samodzielnie własne uczenie się, komunikować	student potrafi praktycznie zastosować wiedzę w zakresie promocji miasta, produktu, atrakcji turystycznej posiada umiejętność negocjacji w innych podmiotami działającymi na rynku turystycznym , kontrahenci, organizatorzy	

	się z otoczeniem i uzasadniać swoje stanowisko, w tym twórczo stosować wiedzę z zakresu nauk teologicznych w organizacji i obsłudze ruchu turystycznego i pielgrzymkowego		
CTR_U03	absolwent potrafi w innowacyjny sposób wykonywać zadania oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy w zmiennych i nie w pełni przewidywalnych warunkach, planować samodzielnie własne uczenie się, komunikować się z otoczeniem i uzasadniać swoje stanowisko, w tym rozpoznawać współczesne kierunki i problemy w turystyce religijnej w Polsce i na świecie oraz reagować na nie	umiejętność realizacji zawodowej na stanowiskach specjalistycznych w zakresie promocji turystyki w różnych organizacjach	
CTR_K04	absolwent jest gotów odpowiedzialnie pełnić role zawodowe, kultywować i upowszechniać w prowadzonej działalności wzory właściwego postępowania, uczestniczyć w promowaniu kultury projakościowej, kultury współpracy i zasad etyki zawodowej, w tym inicjować działania na rzecz krzewienia kultury chrześcijańskiej we współczesnym świecie poprzez promocję turystyki religijnej i pielgrzymkowej	zna zasady poruszania się w przestrzeni wirtualnej w celu promocji produktu turystycznego potrafi zainicjować ważne dla turystyki pielgrzymkowej wydarzenia potrafi samodzielnie przygotować ramowy program wyjazdu turystycznego i pielgrzymkowego	
CTR_K05	absolwent jest gotów odpowiedzialnie pełnić role zawodowe, kultywować i upowszechniać w prowadzonej działalności wzory właściwego postępowania, uczestniczyć w promowaniu kultury projakościowej, kultury współpracy i zasad etyki zawodowej, w tym dbać o tradycje zawodu oraz działać zgodnie z zasadami etycznymi wykonywanej działalności w zakresie turystyki religijnej i wymagać	Potrafi wykonywać prace uwzględniając zasady współpracy z innymi podmiotami oparte na zasadach etycznych Potrafi ustalić ze współpracownikami etyczne i owocne zasady pracy	

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	• metody dydaktyczne i programowe z użyciem prezentacji • praca nad konkretnymi przykładami z branży w zakresie promocji i informacji w turystyce • praca indywidualna
2.	• praca w grupie
3.	• wykłady w oparciu o przygotowany program autorski

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin / ECTS
bezpośredni	udział w zajęciach		
	udział w zaliczeniach poza zajęciami		
	udział w konsultacjach		
praca własna	przygotowanie do zajęć (czytanie, praca pisemna, tłumaczenie, ...)		
	przygotowanie do zaliczenia (np. czytanie, prezentacja, projekt, ...)		

Kryteria oceny końcowej

(Opis składowych oceny końcowej zajęć, rozkład procentowy lub punktowy, informacja o dopuszczalnej liczbie nieobecności, inne kryteria)

Opis składowych pracy w semestrze i oceny końcowej:

- obecność na zajęciach
- aktywność indywidualna na zajęciach
- praca w grupach
- ocena z testu końcowego
- ocena zaangażowania na zajęciach

Literatura obowiązkowa

	Promocja i informacja turystyczna, Z.Kruczek, Bartłomiej Walas, wyd.Proksenia Kraków 2010
--	---

	Marketing w turystyce, Mateusz Chudoba, wyd. CeDeWu, 2010,
	Promocja produktu turystycznego, Pawlicz A., wyd Difin, 2008

Literatura uzupełniająca

	Rynek turystyczny – Struktura Procesy Tendencje, Aleksander Panasiuk, Wyd Difin, 2019

* lista rodzajów zajęć

- ☐ ćwiczenia (audytoryjne, translatoryjne, terenowe, warsztatowe, projektowe)
- ☐ ćwiczenia laboratoryjne, komputerowe
- ☐ lektorat języka obcego nowożytnego/starożytnego
- X ☐ wykład kierunkowy
- ☐ wykład monograficzny lub konwersatorium monograficzne
- ☐ seminarium dyplomowe
(sem. magisterskie, licencjackie lub inżynierskie, na którym student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową, wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)
- ☐ pracownia dyplomowa (programistyczna, chemiczna, fizyczna, biologiczna, inżynierska)
(zajęcia laboratoryjne, na których student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)