|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nazwa przedmiotu: | Kreowanie produktów turystyki eventowej | ECTS: **4** |
| **Wydział:** **Wydział Wychowania Fizycznego** | **Kierunek**: turystyka i rekreacja |
| **Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot:** | **Rok:2****Semestr:3** |
| **Zakład Teoretycznych podstaw turystyki** |
| **Forma studiów/ rodzaj studiów:** | **Profil kształcenia:** | **Status przedmiotu:** |
| **Studia stacjonarne: 1 stopnia** | **praktyczny** | **obowiązkowy** |
| **Język przedmiotu:****polski** | **Forma zajęć:****wykład / ćwiczenia** | **Wymiar zajęć stacjonarne** **26/26 godzin** |
| **Prowadzący przedmiot**  | **Dr inż. Jakub Ryśnik, dr Danuta Żylak** | **Sposób realizacji:** |
| **Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów** |
| **Wymagania wstępne** | **Wiedza, Umiejętności, Kompetencje społeczne z zakresu przedmiotu Zarządzanie.** |
| **Cele przedmiotu** | **Pierwszym celem jest zapoznanie studentów z procesem kreowania produktów turystyki eventowej oraz z metodami, technikami wspomagającymi ten proces. Drugim celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z różnymi formami turystyki eventowej.** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Efekty uczenia się****Student:** | **Odniesienie do efektów kierunkowych** | **Odniesienie Charakterystyk II stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji \*** |
| **W zakresie wiedzy** |
| W01 | zna podstawową terminologię w zakresie niezbędnym dla rozumienia zjawiska turystyki eventowej, klasyfikację różnych form turystyki eventowej i typologie turystów | K\_W01, K\_W17  | P6S\_WG  |
| W02 | posiada podstawową wiedzę z zakresu zarządzania, oraz funkcjonowania podmiotów organizujących turystykę i rekreację.  | K\_W21  | P6S\_WK  |
| W03 | zna psychologiczne i społeczne podstawy kształtowania zachowań człowieka w procesie kreowania produktów turystyki eventowej | K\_W15  | P6S\_WK  |
| W04 | Zna metody i techniki uatrakcyjniania produktów turystyki eventowej i zwiększania zaangażowania turysty oraz potrafi wykorzystać tę wiedzę dla uatrakcyjnienia wyjazdów turystycznych.  | K\_W23  | P6S\_WK  |
| **W zakresie umiejętności** |
| U01 | umie planować, zorganizować i przeprowadzić proces twórczego kreowania eventów turystycznych z wykorzystaniem koncepcji design thinking.  | K\_U03 | P6S\_UO |
| U03 | potrafi przygotować oraz zrealizować proces twórczego myślenia w procesie projektowania przedsięwzięcia z zakresu turystyki eventowej. | K\_U15 | P6S\_UW |
| **W zakresie kompetencji społecznych** |
| K01 | jest wrażliwy (empatyczny) zwłaszcza na problemy osób niepełnosprawnych i starszych. wykazuje szacunek wobec klientów i podwładnych, troszczy się o nich. | K\_K06 | P6S\_KR |
| K03 | podejmuje trafne decyzje o priorytetach wśród zadań związanych z tworzeniem produktów turystyki eventowej. | K\_K11 | P6S\_KK |

|  |
| --- |
| **Stosowane metody dydaktyczne** |
| Wykład: Wykład tradycyjny, wykład z wykorzystaniem technik multimedialnych, wykład aktywny (wykorzystanie dyskusji, studiów przypadku).Ćwiczenia: Ćwiczenia aktywne z wykorzystaniem studiów przypadków, burzy mózgów, praca multimedialna (prowadzący), praca w grupach, opracowanie projektów, analiza tekstów z wnioskowaniem i dyskusją. |

|  |
| --- |
| **Metody sprawdzania i kryteria oceny efektów uczenia się uzyskanych przez studentów** |
| Metody weryfikacji efektów kształcenia: np. pisemne prace zaliczeniowe, testy sprawdzające, obserwacja studentów i ocena ich umiejętności praktycznych. Kryteria oceny efektów kształcenia:2,0 – student nie osiągnął wymaganych efektów kształcenia (punktacja poniżej 50 %) 3,0 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dostatecznym (51 do 60 % )3,5 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dostatecznym plus (61 do 70 %)4,0 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dobrym (71 do 80 %)4,5 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu dobrym plus (81 do 90 %)5,0 – student osiągnął efekty kształcenia w stopniu bardzo dobrym (91 do 100 %) |

|  |  |
| --- | --- |
| **Treści programowe przedmiotu**  | **Godziny****ST/NST** |
|  | Wykład: 1. Istota i formy turystyki eventowej. Czynnik, tendencje, bariery w rozwoju turystyki eventowej,
2. Event jako produkt. Modele, składowe, procesy. Proces organizacji/kreacji produktu turystyki eventowej.
3. Twórczość, psychologia twórczości, Myślenie dywergencyjne
4. Design thininking jako usystematyzowane podejście do tworzenia innowacyjnych produktów turystyki eventowej. Proces desing thinking. Stanford Design Thinking Model.
5. Rola wizualizacji w procesie projektowania oraz podstawowe narzędzia wizualizacji.
6. Kreatywna kolaboracja w zespole DF. Powołanie kreatywnego zespołu.
7. Koncentracja na użytkowniku – metody, techniki na etapach Empatyzacja/Definiowanie problemu jako sposób na tworzenie koncepcji produktu turystyki eventowej.
8. Metody i techniki na etapie generowania pomysłów na produkt turystyki eventowej
9. Metody i techniki na etapie budowania prototypów produktu turystyki eventowej.
10. Testowanie produktów turystyki eventowej.
11. Ewaluacja produktów w turystyce eventowej.
 | 26 |
|   | Ćwiczenia:1. Design thininking jako usystematyzowane podejście do tworzenia innowacyjnych produktów turystyki eventowej. Przykłady projektów zrealizowanych zgodnie z koncepcją design thinking.
2. Trening twórczości
3. Metody i techniki wizualizacji w procesie projektowania oraz podstawowe narzędzia wizualizacji.
4. Technologie komunikacyjne i informacyjne w procesie organizacji imprez turystycznych (ICT)
5. Koncentracja na użytkowniku – metody, techniki na etapach Empatyzacja Mapy empatii, wywiady etnograficzne, obserwacje użytkowników, ankiety rozpoznawcze wraz z dokładną analiza środowiska (hit the streets) i potrzeb w kontekście funkcjonalności.
6. Elementy badań marketingowych w procesie tworzenia produktu
7. Metody i techniki w zakresie definiowania problemu.
8. Metody i techniki na etapie generowania pomysłów na produkt turystyki eventowej
9. Eksperymentowanie i weryfikacja hipotez – metody budowanie prototypów, testowanie i zbieranie informacji zwrotnej o procesach usługowych produktów turystyki eventowej.
10. Metody i techniki uatrakcyjniania produktów turystyki eventowej i zwiększania zaangażowania turysty Storytelling i gamifikacja w turystyce kulturowej regionów.
11. Metody i techniki ewaluacji produktów w turystyce eventowej.
 | 26 |
| **Forma i warunki zaliczenia przedmiotu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia** |
| Warunkiem zaliczenia jest osiągnięcie wszystkich założonych efektów kształcenia (w minimalnym akceptowalnym stopniu – w wysokości >50%). |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS** | **Stacjonarne** | **Niestacjonarne** |
| **Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:**Udział w wykładachUdział w ćwiczeniach | 2626 |  |
| **….** |  |  |
| **Samodzielna praca studenta:**Przygotowanie prezentacjiPrzygotowanie pracy zaliczeniowejPrzygotowanie do zaliczenia Przygotowanie do egzaminu | 13131313 |  |
| **Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim:**Udział w wykładachUdział w ćwiczeniach | 2626 |  |
| **Łączny nakład pracy studenta wynosi:**  **104 godziny**, co odpowiada 4 **punktom ECTS** |

|  |
| --- |
| **Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia przedmiotu** |
| **Literatura podstawowa:** Grocholiński P., Just M., Michalska-Dominiak B., Kołodziejczak M., Michalska-Żyła A., Design thinking dla edukatorów, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2022.Grucza B., Ogonek K., Trocki M., Zarządzanie projektami, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003. Pawlak M., Zarządzanie projektami, : Wydaw. Nauk. PWN, Warszawa 2020.Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., Produkt turystyczny, pomysł, organizacja, zarządzanie, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2010. Celuch K.,Leksykon przemysłu spotkań : turystyka biznesowa, event marketing, podróże motywacyjne,Warszawa : "Meeting Planner", 2015.Mościchowska, B. Rogoś-Turek, Badania jako podstawa projektowania User Experience. PWN, Warszawa 2015.Kucner A., Praktyczne wykorzystanie myślenia projektowego oraz analizy trendów w tworzeniu rozwiązań dla Szlaku Kopernikowskiego oraz szlaku rowerowego Green Velo, Turystyka Kulturowa nr 4 (121) grudzień 2021. |
| **Literatura uzupełniająca:**Marciszewska B., Produkt Turystyczny a ekonomia doświadczeń, Wydawnictwo BECK, Warszawa 2010.Sidorkiewicz M., Turystyka biznesowa,: Difin, Warszawa, 2011.Kaim A., Design Thinking w kulturze, : Myślenie projektowe krok po kroku, 2019 [http://sieckultury.pl/wp-content/uploads/2020/02/Design\_Thinking\_w\_kulturze\_ebook.pdf<https://designthinking.pl/>T. Kelly, D. Kelly, Twórcza odwaga. Otwórz się na design thinking, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2019Beata Michalska-Dominiak, Piotr Grocholiński, Poradnik design thinking - czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie Onepress, Gliwice 2019.Nęcka E. Psychologia Twórczości, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 2003.Nęcka E. Orzechowski J., Słabosz A., Szymura B., Trening twórczości, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 2005. |

|  |
| --- |
| **Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w przypadku, gdy program kształcenia przewiduje praktyki** |
| Nie dotyczy |

**Forma oceny efektów uczenia się**

|  |  |
| --- | --- |
| **Efekty uczenia się**  | **Forma oceny** |
| **Test sprawdzający** | **Prezentacja/praca grupowa** | **Obserwacja/dyskusja dydaktyczna** |
| W01 | x |  |  |
| W02 | x |  |  |
| W03 | x | x | x |
| W04 |  | x | X |
| U01 | x | x | X |
| U02 |  | x | X |
| K01 |  | x | x |
| K02 |  |  | x |