

Karta przedmiotu - Zachowania konsumentów na rynku turystycznym

Kierunek: Turystyka i Rekreacja

Wymagania wstępne																	
1. Podstawy marketingu 2. Mikroekonomia																	
Nazwa przedmiotu	Zachowania konsumentów na rynku turystycznym																
Język prowadzenia przedmiotu	polski																
Kody/Specjalności	<p>ZZ-TR-TM-X1-21/22Z-ZACKSU Turystyka międzynarodowa</p> <p>ZZ-TR-HG-X1-21/22Z-ZACKSU Hotelarstwo i gastronomia</p> <p>ZZ-TR-OK-X1-21/22Z-ZACKSU Obsługa kulturowych form turystyki</p> <p>ZZ-TR-AC-X1-21/22Z-ZACKSU Animacja czasu wolnego</p>																
Kategoria przedmiotu	kierunkowe lub ogólne																
Profil studiów	Ogólnoakademicki																
Poziom PRK	Poziom 6 - 1. stopień (studia licencjackie)																
Rok studiów/semestr	3/6																
Forma zajęć/liczba godzin	<table border="1"> <tr> <td>stacjonarne:</td> <td>Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15</td> </tr> <tr> <td>niestacjonarne:</td> <td>Wykłady: 9 Ćwiczenia: 9</td> </tr> </table>	stacjonarne:	Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	niestacjonarne:	Wykłady: 9 Ćwiczenia: 9												
stacjonarne:	Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15																
niestacjonarne:	Wykłady: 9 Ćwiczenia: 9																
Dyscypliny/punkty ECTS	<table border="1"> <tr> <td>Nauki o zarządzaniu i jakości:</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Ekonomia i finanse:</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Nauki o kulturze fizycznej:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Inne dyscypliny:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Razem</td> <td>3</td> </tr> </table>	Nauki o zarządzaniu i jakości:	1	Ekonomia i finanse:	2	Nauki o kulturze fizycznej:	0	Inne dyscypliny:	0	Razem	3						
Nauki o zarządzaniu i jakości:	1																
Ekonomia i finanse:	2																
Nauki o kulturze fizycznej:	0																
Inne dyscypliny:	0																
Razem	3																
Wykładowca odpowiedzialny za przedmiot	Niemczyk Agata, dr hab. (Katedra Turystyki)																
Cele przedmiotu	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Kod</th> <th>Opis</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>C1</td> <td>Przekazanie wiedzy na temat istoty zachowań turystycznych i ich determinant, procesu podejmowania decyzji na rynku turystycznym.</td> </tr> <tr> <td>C2</td> <td>Przekazanie wiedzy i umiejętności w zakresie analizowania zachowań konsumentów, zmian ujawniających się w otoczeniu jednostki, określenia ich wpływu na postępowanie jednostki na rynku turystycznym</td> </tr> <tr> <td>C3</td> <td>Przekazanie wiedzy i zaangażowanie studenta, w nabycie umiejętności aplikowania jej w wybranych obszarach działalności marketingowej przedsiębiorstw turystycznych, podkreślające uznawanie znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.</td> </tr> </tbody> </table>	Kod	Opis	C1	Przekazanie wiedzy na temat istoty zachowań turystycznych i ich determinant, procesu podejmowania decyzji na rynku turystycznym.	C2	Przekazanie wiedzy i umiejętności w zakresie analizowania zachowań konsumentów, zmian ujawniających się w otoczeniu jednostki, określenia ich wpływu na postępowanie jednostki na rynku turystycznym	C3	Przekazanie wiedzy i zaangażowanie studenta, w nabycie umiejętności aplikowania jej w wybranych obszarach działalności marketingowej przedsiębiorstw turystycznych, podkreślające uznawanie znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.								
Kod	Opis																
C1	Przekazanie wiedzy na temat istoty zachowań turystycznych i ich determinant, procesu podejmowania decyzji na rynku turystycznym.																
C2	Przekazanie wiedzy i umiejętności w zakresie analizowania zachowań konsumentów, zmian ujawniających się w otoczeniu jednostki, określenia ich wpływu na postępowanie jednostki na rynku turystycznym																
C3	Przekazanie wiedzy i zaangażowanie studenta, w nabycie umiejętności aplikowania jej w wybranych obszarach działalności marketingowej przedsiębiorstw turystycznych, podkreślające uznawanie znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.																
Realizowane efekty uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Kod</th> <th>Kat.</th> <th>Opis</th> <th>Kierunkowe efekty uczenia się</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>E1</td> <td>W</td> <td>Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu zachowań konsumentów na rynku turystycznym i ich uwarunkowań</td> <td>WZ-ST1-TR-W02-21/22Z WZ-ST1-TR-W03-21/22Z</td> </tr> <tr> <td>E2</td> <td>U</td> <td>Student potrafi analizować prawidłowości zachowań konsumentów, zmiany ujawniające się w otoczeniu jednostki i określić ich wpływ na postępowanie jednostki na rynku turystycznym oraz wynikające z tego tytułu konsekwencje w działalności marketingowej przedsiębiorstw turystycznych.</td> <td>WZ-ST1-TR-U01-21/22Z WZ-ST1-TR-U02-21/22Z WZ-ST1-TR-U03-21/22Z WZ-ST1-TR-U04-21/22Z</td> </tr> <tr> <td>E3</td> <td>K</td> <td>Student jest gotów do bycia aktywnym, kreatywnym na zajęciach, co ujawnia się w zdolności wydawania sądów, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostrzegania różnic i podejmowania decyzji.</td> <td>WZ-ST1-TR-K04-21/22Z WZ-ST1-TR-K05-21/22Z</td> </tr> </tbody> </table>	Kod	Kat.	Opis	Kierunkowe efekty uczenia się	E1	W	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu zachowań konsumentów na rynku turystycznym i ich uwarunkowań	WZ-ST1-TR-W02-21/22Z WZ-ST1-TR-W03-21/22Z	E2	U	Student potrafi analizować prawidłowości zachowań konsumentów, zmiany ujawniające się w otoczeniu jednostki i określić ich wpływ na postępowanie jednostki na rynku turystycznym oraz wynikające z tego tytułu konsekwencje w działalności marketingowej przedsiębiorstw turystycznych.	WZ-ST1-TR-U01-21/22Z WZ-ST1-TR-U02-21/22Z WZ-ST1-TR-U03-21/22Z WZ-ST1-TR-U04-21/22Z	E3	K	Student jest gotów do bycia aktywnym, kreatywnym na zajęciach, co ujawnia się w zdolności wydawania sądów, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostrzegania różnic i podejmowania decyzji.	WZ-ST1-TR-K04-21/22Z WZ-ST1-TR-K05-21/22Z
Kod	Kat.	Opis	Kierunkowe efekty uczenia się														
E1	W	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu zachowań konsumentów na rynku turystycznym i ich uwarunkowań	WZ-ST1-TR-W02-21/22Z WZ-ST1-TR-W03-21/22Z														
E2	U	Student potrafi analizować prawidłowości zachowań konsumentów, zmiany ujawniające się w otoczeniu jednostki i określić ich wpływ na postępowanie jednostki na rynku turystycznym oraz wynikające z tego tytułu konsekwencje w działalności marketingowej przedsiębiorstw turystycznych.	WZ-ST1-TR-U01-21/22Z WZ-ST1-TR-U02-21/22Z WZ-ST1-TR-U03-21/22Z WZ-ST1-TR-U04-21/22Z														
E3	K	Student jest gotów do bycia aktywnym, kreatywnym na zajęciach, co ujawnia się w zdolności wydawania sądów, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostrzegania różnic i podejmowania decyzji.	WZ-ST1-TR-K04-21/22Z WZ-ST1-TR-K05-21/22Z														
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Egzamin pisemny, Aktywność na zajęciach, Ćwiczenie praktyczne, Odpowiedź ustna, Prezentacja, Projekt zespołowy.																

Treści przedmiotu	Wykłady			
	Kod	Opis	S (15)	N (9)
	W1	1. Wprowadzenie do tematyki zajęć, podanie wymagań do zaliczenia przedmiotu w ramach egzaminu. Rynek turystyczny i jego elementy.	2	1
	W2	2. Istota zachowań konsumentów na rynku turystycznym. Rodzaje zachowań	2	1
	W3	3. Turystyka wobec współczesnych trendów w świetle zachowań turystycznych. Uwarunkowania zachowań turystycznych.	5	3
	W4	4. Proces podejmowania decyzji na rynku turystycznym	2	1
	W5	5. Badanie zachowań konsumentów na rynku turystycznym	4	3
	Ćwiczenia			
	Kod	Opis	S (15)	N (9)
	C1	1. Wprowadzenie do tematyki zajęć, podanie wymagań do zaliczenia przedmiotu. Przygotowywanie do projektu (1).	2	1
	C2	2. Uwarunkowania zachowań turystycznych – zarys problemu.	2	1
	C3	3. Rozwój zrównoważony w zachowaniach turystycznych w kontekście trendów konsumenckich.	2	1
	C4	4. Grupowe opracowywanie projektu z zakresu zachowań turystycznych (2). Etap koncepcji i realizacji.	2	2
	C5	5. Ryzyko turystyczne na tle współczesnych uwarunkowań zachowań ujawniających się w związku z podróżą.	2	1
	C6	6. Zachowania konsumentów na rynku turystycznym i ich uwarunkowania w działalności marketingowej przedsiębiorstw - prezentacja wyników wraz z rekomendacjami, czyli analiza grupowych przypadków (3).	5	3
Metody i formy prowadzenia zajęć	Analiza przypadku, Dyskusja, Inne(debata oxfordzka), Praca w grupach, Prezentacja, Wykład audytoryjny.			
Nakład pracy studenta (liczba godzin kontaktowych, pracy on-line i pracy samodzielnej)	Rodzaj aktywności		Liczba godzin	
			stacjonarne	niestacjonarne
	Udział w zajęciach dydaktycznych w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym		30	18
	Udział w konsultacjach		15	9
	Udział w kolokwiach/egzaminie		2	2
	Praca własna studenta		26	44
	E-learning			
	Inne (kontaktowe)			
	Inne (bezkontaktowe)		2	2
	Suma godzin		75	75
	Liczba punktów ECTS		3	3

Macierz realizacji przedmiotu	Efekt uczenia się	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści przedmiotu	Metody/narzędzia dydaktyczne	Sposoby weryfikacji efektu						
	E1	WZ-ST1-TR-W02-21/22Z WZ-ST1-TR-W03-21/22Z	C1	W1 W2 W3 W4 C4 C5 C6	N1 N3 N4 N5 N7	F3 F4 F5 F8 F9 P2						
	E2	WZ-ST1-TR-U01-21/22Z WZ-ST1-TR-U02-21/22Z WZ-ST1-TR-U03-21/22Z WZ-ST1-TR-U04-21/22Z	C2 C3	W3 W4 W5 C1 C2 C3 C4 C5 C6	N1 N3 N4 N5 N7 N19	F3 F4 F5 F8 F9 P2						
	E3	WZ-ST1-TR-K04-21/22Z WZ-ST1-TR-K05-21/22Z	C3	W3 W5 C1 C2 C3 C5 C6	N1 N3 N4 N5 N7 N19	F3 F4 F5 F8 F9 P2						
Literatura podstawowa	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lp.</th> <th>Opis pozycji</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>A. Niemczyk, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, UEK, Kraków 2010.</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>J. Berbeka (red.), Zmiany zachowań turystycznych Polaków i ich uwarunkowania w latach 2006–2015, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016; (rozdział III i II).</td> </tr> </tbody> </table>						Lp.	Opis pozycji	1	A. Niemczyk, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, UEK, Kraków 2010.	2	J. Berbeka (red.), Zmiany zachowań turystycznych Polaków i ich uwarunkowania w latach 2006–2015, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016; (rozdział III i II).
Lp.	Opis pozycji											
1	A. Niemczyk, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, UEK, Kraków 2010.											
2	J. Berbeka (red.), Zmiany zachowań turystycznych Polaków i ich uwarunkowania w latach 2006–2015, Fundacja Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2016; (rozdział III i II).											
Literatura uzupełniająca	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lp.</th> <th>Opis pozycji</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Tourist Behaviour. The Essential Companion, ed. Philip L. Pearce, James Cook University, Australia, 2019.</td> </tr> </tbody> </table>						Lp.	Opis pozycji	1	Tourist Behaviour. The Essential Companion, ed. Philip L. Pearce, James Cook University, Australia, 2019.		
Lp.	Opis pozycji											
1	Tourist Behaviour. The Essential Companion, ed. Philip L. Pearce, James Cook University, Australia, 2019.											
Forma i warunki zaliczenia przedmiotu	<p>Sposób obliczania średniej z ocen bieżących (zgodnie z §18 pkt. 4 Regulaminu studiów)</p> <p>Ćwiczenia realizują efekt umiejętności i kompetencji społecznych (na ten ostatni składa się również aktywność na wykładach). Ocena pozytywna z tych efektów stanowi podstawę zaliczenia ćwiczeń z przedmiotu.</p> <p>Sposób obliczania oceny końcowej (zgodnie z §18 pkt. 5 Regulaminu studiów)</p> <p>Na ocenę końcową z przedmiotu składa się średnia z trzech pozytywnych ocen weryfikujących trzy efekty uczenia się: wiedzy realizowanego na egzaminie pisemnym), umiejętności (realizowanego na ćwiczeniach) i kompetencji społecznych (realizowanych w aktywności studenta/wyrażaniu swoich sądów na wykładach i ćwiczeniach podkreślając uznawanie znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych).</p> <p>Dodatkowe informacje o sposobie obliczania oceny końcowej lub egzaminie</p> <p>Oceny z efektu kompetencji uzależnione są od liczby aktywności wobec całej grupy. Aktywności na poziomie oceny 5.5 dają uprawnienia do zwolnienia z pytań - od 1 do 2 - na egzaminie z wiedzy. Ocena końcowa z przedmiotu zostaje podwyższona o 0,5 stopnia za aktywny udział studenta w konferencji naukowej poprzez zrobienie posteru lub napisanie artykułu naukowego indywidualnie lub w grupach maksymalnie 2-osobowych.</p>											
Osoby prowadzące przedmiot	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lp.</th> <th>Nauczyciel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Niemczyk Agata, dr hab. (Katedra Turystyki)</td> </tr> </tbody> </table>						Lp.	Nauczyciel	1	Niemczyk Agata, dr hab. (Katedra Turystyki)		
Lp.	Nauczyciel											
1	Niemczyk Agata, dr hab. (Katedra Turystyki)											
Informacje dodatkowe												

Status karty: **ZAAKCEPTOWANO** przez: Łapczyński Mariusz, dr hab.