

Rok akademicki:	Grupa przedmiotów	Numer katalogowy:	TFL601
Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Techniki i technologie obrotu informacją w turystyce		ECTS ²⁾ 2
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :	The techniques and information technologies in tourism		
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Turystyka i rekreacja		
Koordynator przedmiotu ⁵⁾ :	dr inż. Artur Rutkiewicz		
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	dr inż. Artur Rutkiewicz, pracownicy Wydziału		
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Wydział Leśny, Zakład Entomologii Leśnej Ekologii i Ekoturystyki		
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych		
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok
	do wyboru	I	3
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	a) semestr	b) Jęz. wykładowy ¹¹⁾	
	letni	polski	
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	Celem przedmiotu jest: Przekazanie podstaw wiedzy na temat gromadzenia, przechowywania i przetwarzania informacji dla celów związanych z analityką, zarządzaniem i promocją w przemyśle turystycznym.		
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) forma dydaktyczna	b) liczba godzin (stacjonarne i niestacjonarne)	
	a1) wykład	30	18
	a2) ćwiczenia audytorijne		
	a3) ćwiczenia projektowe		
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	dyskusja	T	eksperyment
	projekt badawczy		studium przypadku
	rozwiązywanie problemu		gry symulacyjne
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych		indywidualne projekty studenckie
	konsultacje		inne ...
	inne...		inne ...
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	A. wykłady		
	Rodzaje informacji. Informacja w turystyce, jej gromadzenie i przetwarzanie. Problemy formalno prawne, prawa autorski oraz bezpieczeństwo gromadzonych i przetwarzanych danych. Procedury analizy użyteczności turystycznych Portali Internetowych. Strona główna; Wyszukiwarka; Prezentacja oferty; Proces zamawiania; Testy Użyteczności. Centra informacji turystycznej (IT). Zadania placówek IT Dawcy i biorcy informacji. Zakres baz danych IT. Marketing internetowy – SEO, Nowy rodzaj internetowej kampanii promocyjnej z wykorzystaniem Klik2Call. Nowe technologie i techniki obrotu informacją w Internecie. WEB2; WEB3; MASHUMP; UGC; RIA; UCD; MUX. Przykłady prezentacji danych turystycznych w Internecie z wykorzystaniem RIA. Wykorzystanie Internetu w doskonaleniu kadr dla turystyki. Analiza wyników Programu Turystyka Nasza Sprawa; Wykorzystanie e-learningu dla turystyki – analiza przypadku. Techniki i informacja dla promocji w Internecie (cz. I). Banner; Sieci reklamowe, Wskaźniki, Link sponsorowany, Newsletter. Techniki i informacja dla reklamy w Internecie (cz. I): Reklama streamingowa. Wymiana banerów Webbing Nowe narzędzia promocji: e-booki. Techniki i informacja dla reklamy w Internecie (cz. II): Promocja off-line serwisu on-line, Monitoring rezultatów kampanii (Tracking). Przykłady narzędzi do wizualizacji informacji w Internecie. Macromedia; Flash; Ajax; Silverlight. Analiza raportu „Wakacje w Internecie. Użyteczność polskich portali turystycznych”. Prezentacja analiz zasobów informacji przydatnych w turystyce.		
Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :	B. ćwiczenia		
	Podstawy turystyki; Podstawy informatyki; Geografia turystyczna Polski; Podstawy marketingu		
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :	Wiedza na temat portali turystycznych w Polsce. Podstawowa wiedza na temat metod promocji. Umiejętności obsługi pakietów biurowych w zakresie poszukiwania, analizy i prezentowania wyników przetwarzanej informacji.		

Efekty kształcenia ¹⁸⁾ : (z kolejnymi numerami, 01, 02, 03 itd.)	01 - Wiedza na temat rodzajów informacji w tym użytecznej i funkcjonującej w kontekście różnych aspektów turystyki		05 - Umiejętność samodzielnego wyszukiwania informacji jej analizy i prezentowania wyników dla wybranych aspektów turystyki	
	02 - Wiedza o aspektach prawnych zbierania, przetwarzania, udostępniania, prezentowania informacji oraz danych w tym danych osobowych i wrażliwych		06 -	
	03 - Wiedza na temat technik wykorzystywanych w promocji i reklamie turystycznej w Internecie		07 -	
	04 - Wiedza na temat możliwości wykorzystywania Nowych technologii Internetowych w doskonaleniu kadr w turystyce		08 -	
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	01, 02, 03	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	03, 04, 05
	egzamin pisemny		test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	ocena wykonania zadania projektowego na samodzielnie wybrany i zdefiniowany temat	01, 02, 03, 04, 05	inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	okresowe prace pisemne		imiennie karty oceny studenta	
	złożone projekty		treść pytań egzaminacyjnych z oceną	
	przygotowane i prezentowane na zajęciach multimedialne prezentacje	T	inne..	
	inne...		inne..	
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową ²¹⁾ :	Element oceny	Waga w %	Element oceny	Waga w %
	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	80%	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	20%
	egzamin pisemny		test	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...	0%	inne..	
Miejsce realizacji zajęć ²²⁾ :	Sala dydaktyczna / aula wyposażona w sprzęt audiowizualny			
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :				

1. Altkorn, J. 2005. Marketing w Turystyce. Wyd. PWN, Warszawa,
2. Analiza rynku usług turystycznych. Usługi internetowe dla biur podróży. 2000. Instytut Turystyki, Warszawa,
3. Bałazinski, B. 2008. Raport o użyteczności polskich portali turystycznych. Making Waves, (<http://www.makingwaves.pl/pl/Artykuly/Uzytecznosc-portali-turystycznych>),
4. Birch, A.; Liderman, K. 2008. Analiza ryzyka i ochrona informacji w systemach komputerowych. PWN, Warszawa,
5. Głowacki, M. 2003. Przekaz informacji w turystyce. Wyd. Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie, Częstochowa,
6. Gryszkiewicz, B.; Jakóbczyk – Gryszkiewicz J. 2008. Komunikacja marketingowa w turystyce. Wyd. Śląsk.Katowice.
7. Jabłoński, W. 2006. Kreowanie informacji. Media relations. PWN, Warszawa,
8. Kaczmarek, J.; Stasiak, A.; Włodarczyk B. 2005. Produkt Turystyczny. PWE, Warszawa,
9. Kamińska, I.; Rozbicka-Ostrowska, M. 2008. Ustawa o dostępie do informacji publicznej. Komentarz., Wyd. Prawnicze LexisNexis,Warszawa.
10. Kruczek, Z.; Walas B. 2004. Promocja i Informacja Turystyczna. Wyd. Proksenia, Kraków,
11. Moskała, J. 2009. Internetowe biura podróży. Rynek Podróży, nr 1. s. 42 – 43,
12. Moskała, J. 2009. Konferencja GDS Travelport. Rynek Podróży, nr 2. s. 46 – 47,
13. Moskała, J. 2007. Raport Amadeus o trendach na rynku podróży i w rozwoju technologii. Rynek Podróży nr 4. ss.125