

Rok akademicki:	Grupa przedmiotów	Numer katalogowy:	ZMT419	
Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Turystyka historyczna		ECTS ²⁾	3
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :	Historical tourism			
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Zarządzanie			
Koordynator przedmiotu ⁵⁾ :	dr inż. Agata Balińska			
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	dr inż. Agata Balińska, mgr Piotr Gabryjończyk			
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa, Zakład Turystyki i Rozwoju Wsi			
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych			
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok	d) forma studiów
	SW	2	drugi	stacjonarne / niestacjonarne
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	a) semestr		b) Jęz. wykładowy ¹¹⁾	
	4		polski	
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	<p>Celem przedmiotu jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukazanie roli historii ziem polskich w kształtowaniu przestrzennego rozkładu ruchu turystycznego - Identyfikacja historycznych atrakcji turystycznych oraz sposobów ich postrzegania i kreacji - Wskazanie możliwości wykorzystania czynników historycznych przy tworzeniu produktów turystycznych 			
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) forma dydaktyczna		b) liczba godzin (stacjonarne i niestacjonarne)	
	a1) wykład		15	
	a2) ćwiczenia audytorijne			
	a3) ćwiczenia laboratoryjne		15	
a4) seminaria				
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	dyskusja	T	eksperyment	
	projekt badawczy		studium przypadku	T
	rozwiązywanie problemu	T	gry symulacyjne	
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych	T	indywidualne projekty studenckie	T
	konsultacje	T	inne ...	
	inne...		inne ...	
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	<p>A. wykłady</p> <p>Turystyka historyczna oraz jej aspekty społeczno – ekonomiczne. Zasoby przeszłości jako czynnik rozwoju świadomości historycznej. Wyjazdy sentymentalne – powody, kierunki i natężenie. Ochrona prawno – konserwatorska bazy materialnej turystyki historycznej. Możliwości i tendencje rozwojowe turystyki historycznej.</p>			
	<p>B. ćwiczenia</p> <p>Elementy identyfikacji historycznej regionów - umiejętność prowadzenia poszukiwań terenowych. Tworzenie i promocja produktów turystycznych z zakresu turystyki historycznej. Planowanie tematycznych szlaków historycznych. Przykłady dobrych praktyk w zakresie kreacji i marketingu produktów turystyki historycznej.</p>			
Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :	Mikroekonomia. Zarządzanie. Marketing.			
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :	Wiedza i umiejętności z zakresu podstawowych praw ekonomii, zarządzania oraz marketingu.			

Efekty kształcenia ¹⁸⁾ : (z kolejnymi numerami, 01, 02, 03 itd.)	01 - potrafi zidentyfikować materialne i niematerialne zasoby przeszłości niezbędne w rozwoju turystyki historycznej		05 - współpracuje w zespole	
	02 - analizuje i ocenia przydatność spuścizny historycznej w kreacji historycznych atrakcji turystycznych		06 -	
	03 - planuje i opracowuje potencjalne turystyczne atrakcje historyczne		07 -	
	04 - jest świadomy wagi spuścizny historycznej w rozwoju ruchu turystycznego		08 -	
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonanie zadania projektowego na zdefiniowany temat	01, 02, 03, 05
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta	01, 02, 03	ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	02, 04, 05
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	02, 05
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	01, 02, 04	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	01, 04
	egzamin pisemny		test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...		inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	okresowe prace pisemne	T	imiennie karty oceny studenta	T
	złożone projekty	T	treść pytań egzaminacyjnych z oceną	
	inne...		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	35%
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta	20%	ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	5%
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	20%
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	10%	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	10%
	egzamin pisemny		test	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...		inne..	
Miejsce realizacji zajęć ²²⁾ :	Sala dydaktyczna, teren (Muzeum Powstania Warszawskiego, wyjazd studyjny)			
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :				
a) podstawowa				
1. Kruczek Z., Polska. Geografia atrakcji turystycznych, Wyd. Proksenia, Krakow 2003				
2. Mikos von Rohrscheidt A., Turystyka kulturowa. Fenomen, potencjał, perspektywy. Podręcznik akademicki, Wyd. KMB Druk, Gniezno 2008				
b) uzupełniająca				
3. Chudoba T., Marketing w turystyce, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2010				
4. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., Produkt turystyczny, Wyd. PWE, Warszawa 2005				
5. Marciszewska B., Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń, Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2010				
6. Mikos von Rohrscheidt A., Regionalne szlaki tematyczne. Idea, potencjał, organizacja, Wyd. Proksenia, Kraków 2010				
7.				
8.				
UWAGI ²⁴⁾ :				