

Rok akademicki:		Grupa przedmiotów:		Numer katalogowy:	
-----------------	--	--------------------	--	-------------------	--

Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Organizacja gospodarstwa agroturystycznego			ECTS ²⁾	4
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :	The organization agro-tourism farm				
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Hodowla i Ochrona Zwierząt Towarzyszących i Dzikich				
Koordinator przedmiotu ⁵⁾ :	dr hab. Beata Madras-Majewska, prof. SGGW				
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	dr hab. Beata Madras-Majewska, prof. SGGW				
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Instytut Nauk o Zwierzętach, Samodzielna Pracownia Pszczelnictwa				
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :	Wydział Hodowli, Bioinżynierii i Ochrony Zwierząt				
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot fakultatywny	b) stopień I rok 3 lub 4	c) niestacjonarne		
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	Zimowy/Letni	Jęz. wykładowy ¹¹⁾ :polski			
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	Zdobywanie wiedzy z zakresu marketingu, promocji usług agroturystycznych oraz organizacji gospodarstwa agroturystycznego. Podstawy prawne funkcjonowania podmiotów agroturystycznych w Polsce				
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) Wykład; liczba godzin .16; b) ćwiczenia audytorjne; liczba godzin 16				
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	Wykład, wykonywanie zadań w trakcie ćwiczeń, konsultacje				
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	Podstawy prawne funkcjonowania podmiotów agroturystycznych w Polsce. Typy gospodarstw agroturystycznych w Polsce. System kategoryzacji wiejskiej bazy noclegowej Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej. Istniejące i nowe motywacje uprawiania turystyki i rekreacji. Produkt turystyczny – konceptualizacja, strukturyzacja, komercjalizacja i realizacja. Cykl życia produktu agroturystycznego. Przygotowanie gospodarstwa do prowadzenia działalności agroturystycznej. Istota, pojęcie, cele marketingu i promocji w zakresie usług agroturystycznych. Organizowanie promocji w zakresie agroturystyki na szczeblu centralnym, regionalnym i lokalnym.				
Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :	Brak				
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :	Brak				
Efekty kształcenia ¹⁸⁾ :	01 – Student powinien posiadać umiejętność rozumienia podstawowych pojęć, prawidłowości i problemów organizacji, marketingu, promocji oraz podstaw prawnych w agroturystyce		03 – Student posiada umiejętność odpowiedniej organizacji pracy w gospodarstwie agroturystycznym		
	02 – Student powinien umieć opracować plan działań marketingowych i promocyjnych w zakresie usług agroturystycznym		04 – student potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role		
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	01, 02 – zaliczenie pisemne w formie projektu 03, 04 - Ocena wykonania zadań w trakcie ćwiczeń				
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	projekty zbiorowe (zapis w wersji elektronicznej lub papierowej), projekty indywidualne (zapis w wersji elektronicznej lub papierowej)				
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową ²¹⁾ :	1 i 2 – 60%, 3 i 4 –40%				
Miejsce realizacji zajęć ²²⁾ :	Sala wykładowa, sala dydaktyczna				
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :	<ol style="list-style-type: none"> 1 Altkorn J., 1997; Marketing w turystyce, PWN, Warszawa . Cieśliski M., 2006; Zarządzanie strategiczne :materiały z wykładów i zbiór przykładów . Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2 Drażek Z., Niemczynowicz B., 2003; Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem PWE, Warszawa 3 Frankowski Z., (red.) 2000; Działalność marketingowa gmin. Zarys ujęć marketingu terytorialnego, Wyd. WSH, Ciechanów . 4 Gończak Kucharczyk E., Herbat K., Chmura K., 1998; Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość, Warszawa 5 Jędrzejczyk I., 2000; Nowoczesny biznes turystyczny : ekostrategie w zarządzaniu firmą. Wyd. Nauk. PWN Warszawa, 6 Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005; Produkt turystyczny :pomysł, organizacja, zarządzanie PWE, Warszawa 7 Kuśmierski S., 2004 ; Marketing turystyczny regionu Wyd. Zarządzania i Administracji Akad. Świętokrzyskiej im. J. Kochanowskiego w Kielcach. Kielce 8 Markowski T., 2002 (red.); Marketing terytorialny, Warszawa. 9 Wrzosek W.1997 Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa. 10 Gospodarek J., 2003; Prawo turystyczne w zarysie Oficyna Wyd. Branta, Bydgoszcz 11 Jamul J., Wrona J., Zawistowska H., 2003; Wpływ procesu harmonizacji prawa polskiego z prawem Unii Europejskiej na prawo turystyczne Wyższa Szkoła Ekonomiczna Warszawa 12 Kmity-Dziasek E i inni 2006, Prawno-finansowe uwarunkowania prowadzenia usług turystycznych na polskiej wsi po akcesji do UE. Centrum doradztwa rolniczego w Brwinowie oddział w Krakowie 13 Kuciński J., Trzciniński Z., Zaborowski J., 2002; Podstawy prawne świadczenia usług turystycznych. Wyższa Szkoła Ekonomiczna. Warszawa 				
Nesterowicz M., 1999; Prawo turystyczne Oficyna Wyd.. Branta, Bydgoszcz					
UWAGI ²⁴⁾ :					

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot²⁵⁾ :

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia ¹⁸⁾ - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS ²⁾ :	100 h
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:	2 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym, takich jak zajęcia laboratoryjne, projektowe, itp.:	1,5 ECTS

Tabela zgodności kierunkowych efektów kształcenia efektami przedmiotu ²⁶⁾

Nr /symbol efektu	Wymienione w wierszu efekty kształcenia:	Odniesienie do efektów dla programu kształcenia na kierunku
01	Student powinien osiąść umiejętność rozumienia podstawowych pojęć, prawidłowości i problemów organizacji, marketingu, promocji oraz podstaw prawnych w agroturystyce	K_W15
02	Student powinien umieć opracować plan działań marketingowych i promocyjnych w zakresie usług agroturystycznym	K_W14
03	Student posiada umiejętność odpowiedniej organizacji pracy w gospodarstwie agroturystycznym	K_U12
04	student potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	K_K01