|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nazwa zajęć:  | Organizacja gospodarstwa agroturystycznego | ECTS | 4 |
| Nazwa zajęć w j. angielskim: | The organization agro-tourism farm |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | Zootechnika  |
|  |  |
| Język wykładowy: | polski | Poziom studiów: | I |
| Forma studiów:  | 🞎stacjonarne⌧ niestacjonarne | Status zajęć: | 🞎 podstawowe⌧ kierunkowe | 🞎 obowiązkowe ⌧ do wyboru | Numer semestru: 6 | 🞎 semestr zimowy⌧ semestr letni  |
|  |  | Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): | 2020/2021 | Numer katalogowy: | WNZ-ZT-1Z-06L-05.6\_20 |
|  |
| Koordynator zajęć: | **Dr hab. Beata Madras-Majewska, prof. SGGW** |
| Prowadzący zajęcia: | Dr hab. Beata Madras-Majewska, prof. SGGW |
| Jednostka realizująca: | Instytut Nauk o Zwierzętach, Samodzielna Pracownia Pszczelnictwa |
| Jednostka zlecająca: | **Wydział Hodowli, Bioinżynierii i Hodowli Zwierząt** |
| Założenia, cele i opis zajęć: | Cele przedmiotu: Zdobywanie wiedzy z zakresu marketingu, promocji usług agroturystycznych oraz organizacji gospodarstwa agroturystycznego. Podstawy prawne funkcjonowania podmiotów agroturystycznych w PolsceOpis przedmiotu: 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. |
| Formy dydaktyczne, liczba godzin: | W – wykład, liczba godzin 16C - ćwiczenia audytoryjne, liczba godzin 8  |
| Metody dydaktyczne: | Wykład, wykonywanie zadań w trakcie ćwiczeń, konsultacje |
| Wymagania formalne i założenia wstępne: | brak |
| Efekty uczenia się: | Wiedza:W1 - podstawowe pojęcia, prawidłowości i problemy organizacji, marketingu, promocji oraz podstaw prawnych w agroturystyceW2 - zasady organizacji planu działań marketingowych i promocyjnych w zakresie usług agroturystycznym | Umiejętności:U1 - umiejętnie organizować pracę w gospodarstwie agroturystycznym | Kompetencje:K1 - kreatywnego współdziałania i pracy w grupie, przyjmując w niej różne role |
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się: | 01, 02 – zaliczenie pisemne03, 04 - Ocena wykonania zadań w trakcie ćwiczeń |
| Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się: | Prace egzaminacyjne, projekty własne (zapis w wersji elektronicznej) lub projekty zbiorowe (zapis w wersji elektronicznej) |
| Elementy i wagi mające wpływna ocenę końcową: | zaliczenie pisemne – 60%, zadania w trakcie ćwiczeń –40% |
| Miejsce realizacji zajęć: | Sala wykładowa, sala dydaktyczna |
| Literatura podstawowa i uzupełniająca:1. Wojciechowska J.,2018; Agroturystyka. Signum turystyki i obszarów wiejskich. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne
2. Przezbiórska Z., Sznajgier M., 2019 Agroturystyka. Polskie Wydawnictwo Ekonomczne
3. Drążek Z., Niemczynowicz B., 2003; Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem  PWE, Warszawa
4. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005; Produkt turystyczny :pomysł, organizacja, zarządzanie PWE, Warszawa
5. Kuśmierski S., 2004 ; Marketing turystyczny regionu Wydz. Zarządzania i Administracji Akad. Świętokrzyskiej im. J. Kochanowskiego w Kielcach.  Kielce
6. Gospodarek J., 2003; Prawo turystyczne w zarysie  Oficyna Wyd. Branta, Bydgoszcz
7. Jarmul J., Wrona J., Zawistowska H., 2003; Wpływ procesu harmonizacji prawa polskiego z prawem Unii Europejskiej na prawo turystyczne Wyższa Szkoła Ekonomiczna Warszawa
8. 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
9. Kuciński J., Trzciński Z., Zaborowski J., 2002; Podstawy prawne świadczenia usług turystycznych. Wyższa Szkoła Ekonomiczna.  Warszawa
 |
| UWAGI |

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:

|  |  |
| --- | --- |
| Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS: | **100 h** |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: | **1,3 ECTS** |

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| kategoria efektu | Efekty uczenia się dla zajęć: | Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku | Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy\*) |
| Wiedza – W1 | podstawowe pojęcia, prawidłowości i problemy organizacji, marketingu, promocji oraz podstaw prawnych w agroturystyce | K\_W12 | 2 |
| Wiedza – W2 | zasady organizacji planu działań marketingowych i promocyjnych w zakresie usług agroturystycznym | K\_W12 | 2 |
|  |  |  |  |
| Umiejętności – U1 | umiejętnie organizować pracę w gospodarstwie agroturystycznym | K\_U12 | 2 |
|  |  |  |  |
| Kompetencje – K1 | kreatywnego współdziałania i pracy w grupie, przyjmując w niej różne role | K\_K02 | 1 |
|  |  |  |  |

\*)

3 – zaawansowany i szczegółowy,

2 – znaczący,

1 – podstawowy,