|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nazwa zajęć: | Organizacja gospodarstwa agroturystycznego | **ECTS** | **4** |
| Nazwa zajęć w j. angielskim: | The organization of agro-tourism farm |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | **Hodowla i ochrona zwierząt towarzyszących i dzikich** |
|  |  |
| Język wykładowy: polski |  | Poziom studiów: I |  |
| Forma studiów: | 🞎 stacjonarneX niestacjonarne | Status zajęć: | 🞎 podstawoweX kierunkowe | 🞎 obowiązkowe X do wyboru | Numer semestru: 6 | 🞎 semestr zimowyX semestr letni |
|  |  | Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): | 2020/2021 | Numer katalogowy: | **WNZ-H-1Z-06L-06.5\_20** |
|  |
| Koordynator zajęć: | **Dr hab. Beata Madras, 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 Ochrony Zwierząt** |
| Założenia, cele i opis zajęć: | Zdobywanie wiedzy z zakresu marketingu, promocji usług agroturystycznych oraz organizacji gospodarstwa agroturystycznego. Podstawy prawne funkcjonowania podmiotów agroturystycznych w Polsce.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: | 1. wykłady; liczba godzin 16;
2. ćwiczenia; liczba godzin 8;
 |
| Metody dydaktyczne: | Wykład, wykonywanie zadań w trakcie ćwiczeń, konsultacje |
| Wymagania formalne i założenia wstępne: | brak |
| Efekty uczenia się: | Wiedza:Zna i rozumie podstawowe pojęcia, prawidłowości i problemy organizacji, marketingu, promocji oraz podstaw prawnych w agroturystyce | Umiejętności:1 Potrafi opracować plan działań marketingowych i promocyjnych w zakresie usług agroturystycznym2 Potrafi zorganizować pracę w gospodarstwie agroturystycznym | Kompetencje:Gotów do podjęcia prac zespołowych, przyjmując w zespole różne role |
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się: |  |
| 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%, ocena wykonania zadań w trakcie ćwiczeń –40% |
| Miejsce realizacji zajęć: | sala dydaktyczna |
| Literatura podstawowa i uzupełniająca:Altkorn J., 1997; Marketing w turystyce, PWN, Warszawa . Cieślicki M., 2006; Zarządzanie strategiczne :materiały z wykładów i zbiór przykładów . Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, SzczecinDrążek Z., Niemczynowicz B., 2003; Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem. PWE, WarszawaFrankowski Z., (red.) 2000; Działalność marketingowa gmin. Zarys ujęć marketingu terytorialnego, Wyd. WSH, Ciechanów .Gończak Kucharczyk E., Herbat K., Chmura K., 1998; Jak władze lokalne mogą wspierać przedsiębiorczość, Warszawa Jędrzejczyk I., 2000; Nowoczesny biznes turystyczny : ekostrategie w zarządzaniu firmą. Wyd. Nauk. PWN Warszawa,Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005; Produkt turystyczny :pomysł, organizacja, zarządzanie PWE, WarszawaKuśmierski S., 2004 ; Marketing turystyczny regionu Wydz. Zarządzania i Administracji Akad. Świętokrzyskiej im. J. Kochanowskiego w Kielcach.Markowski T., 2002 (red.); Marketing terytorialny, Warszawa.Wrzosek W.1997 Funkcjonowanie rynku, PWE, Warszawa.Gospodarek J., 2003; Prawo turystyczne w zarysie Oficyna Wyd. Branta, BydgoszczJarmul J., Wrona J., Zawistowska H., 2003; Wpływ procesu harmonizacji prawa polskiego z prawem Unii Europejskiej na prawo turystyczne Wyższa Szkoła Ekonomiczna WarszawaKmity-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 KrakowieKuciński J., Trzciński Z., Zaborowski J., 2002; Podstawy prawne świadczenia usług turystycznych. Wyższa Szkoła Ekonomiczna. Warszawa Nesterowicz M., 1999; Prawo turystyczne Oficyna Wyd. Branta, Bydgoszcz |
| 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 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 -  | Zna i rozumie podstawowe pojęcia, prawidłowości i problemy organizacji, marketingu, promocji oraz podstaw prawnych w agroturystyce | K\_W13 | 1 |
|  |  |  |  |
| Umiejętności -  | Potrafi opracować plan działań marketingowych i promocyjnych w zakresie usług agroturystycznych | K\_U06 | 1 |
| Umiejętności -  | Potrafi zorganizować pracę w gospodarstwie agroturystycznym | K\_U06 | 1 |
|  |  |  |  |
| Kompetencje -  | Gotów do podjęcia prac zespołowych, przyjmując w zespole różne role | K\_K03 | 1 |

\*)

3 – zaawansowany i szczegółowy,

2 – znaczący,

1 – podstawowy,