Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Podstawy e-marketingu i public relations w turystyce kulturowej

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziedzictwo kulturowe w biznesie i muzealnictwie **Specjalność** - **Jednostka organizacyjna** Instytut Historii i Archiwistyki **Poziom studiów** II stopnia **Forma studiów** studia stacjonarne **Profil studiów** ogólnoakademicki	**Cykl dydaktyczny** 2025/26 **Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** Zaliczenie na ocenę **Języki wykładowe** polski **Obligatoryjność** Obowiązkowy **Blok zajęciowy** Przedmioty ogólne/obligatoryjne

Koordynator zajęć	Mirosław Płonka
Prowadzący zajęcia	Mirosław Płonka

Okres	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się**	**Liczba punktów ECTS**
Semestr 3	Zaliczenie na ocenę **Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia** • Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia audytoryjne: 10, Zaliczenie bez oceny	3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Celem kursu jest wprowadzenie słuchaczy w zagadnienia związane z teorią i metodami e-marketingu oraz mechanizmami PR–owymi potrzebnymi w prowadzeniu przedsiębiorstwa turystycznego.

Wymagania wstępne

Student posiada wiedzę na temat zagadnień teoretycznych związanych z turystyką kulturową i historyczną, a także potrafi wskazać typologię jej form i określić zakres.
Podstawowe umiejętności związane z gromadzeniem i przetwarzaniem informacji pozyskiwanych z literatury przedmiotu.
Posługiwanie się terminologią z zakresu turystyki historycznej i ochrony dziedzictwa kulturowego.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy:			
W1	Znajomość zaawansowanych metod e-marketingu i public relations w turystyce i prowadzeniu przedsiębiorstwa turystycznego.	K_W02	Projekt grupowy, Referat, Prezentacja, Case study / Studium przypadku, Udział w dyskusji, Zajęcia terenowe, Egzamin
W2	Posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu działania systemów instytucji branży turystycznej, kulturalnej i muzealnej, a przy tym orientuje się w aktualnej ofercie współcześnie działających instytucji kultury i przedsiębiorstw turystycznych.	K_W06	Projekt grupowy, Referat, Prezentacja, Case study / Studium przypadku, Udział w dyskusji, Zajęcia terenowe, Egzamin
Umiejętności:			
U1	Potrafi w zaawansowany sposób obsługiwać ruch turystyczny, mając świadomość występujących na danym terenie przedsiębiorstw turystycznych i instytucji np. kultury.	K_U01	Projekt grupowy, Referat, Prezentacja, Case study / Studium przypadku, Udział w dyskusji, Zajęcia terenowe, Egzamin
U2	Wykorzystuje wiedzę teoretyczną i analizuje konkurencyjność na danym obszarze, określając na tej podstawie kierunki rozwoju przedsiębiorstwa turystycznego.	K_U02	Projekt grupowy, Referat, Prezentacja, Case study / Studium przypadku, Udział w dyskusji, Zajęcia terenowe, Egzamin
U3	Samodzielnie zdobywa i systematyzuje zaawansowane informacje. Definiuje, objaśnia i stosuje poprawnie w mowie i w piśmie profesjonalne terminy branżowe właściwe dla turystyki historycznej i muzealnictwa.	K_U03	Projekt grupowy, Referat, Prezentacja, Case study / Studium przypadku, Udział w dyskusji, Zajęcia terenowe, Egzamin
Kompetencji społecznych:			
K1	Gotowość do odpowiedzialnego wykonywania ról zawodowych, w tym do podnoszenia kompetencji i systematycznego dokształcania się.	K_K01	Projekt grupowy, Prezentacja, Udział w dyskusji, Zajęcia terenowe

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Zajęcia organizacyjne. E-marketing i public relations – definiowanie pojęć.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Wykład

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
2.	E-marketing i public relations – istota i cele działań w turystyce.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Wykład
3.	Między walorem a atrakcją turystyczną – czego unikać przy projektowaniu stron internetowych.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Wykład
4.	Narzędzia e-marketingu w prowadzeniu przedsiębiorstwa turystycznego.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Wykład
5.	Produkt turystyczny – promotion-mix.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Wykład
6.	PR w konstruowaniu stron internetowych przedsiębiorstwa turystycznego.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia audytoryjne
7.	Określanie konkurencyjności obszaru.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia audytoryjne
8.	Trendy w konstruowaniu stron internetowych.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia audytoryjne
9.	Kreowanie marki za pomocą dziedzictwa.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia audytoryjne
10.	Historia jako atut w prowadzeniu przedsiębiorstwa lub lokalnej instytucji kultury.	W1, W2, U1, U2, U3, K1	Ćwiczenia audytoryjne

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład, Dyskusja, Case study
Ćwiczenia audytoryjne	Wykład, Dyskusja, Projekt, Case study, Praca z tekstem

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Kurs kończy się egzaminem pisemnym. Zaliczenie ćwiczeń na podstawie projektu grupowego, referatu i prezentacji multimedialnej. Dostateczny – student opanował w stopniu zadawalającym założone efekty kształcenia. Dobry – student opanował w stopniu zadawalającym założone efekty kształcenia, a ponadto orientuje się w podstawowych problemach kultury i sztuki zachodnioeuropejskiej i potrafi właściwie rozpoznać style i kierunki artystyczne, dzieła i ich twórców, swobodnie orientuje się w treściach głównych stanowisk poszczególnych myślicieli, zna dorobek cywilizacyjny poszczególnych epok, potrafi charakteryzować style artystyczne, powstałe w różnych epokach i umie formułować własne opinie. Bardzo dobry – student opanował założone efekty kształcenia w stopniu dobrym, a ponadto biegle operuje treściami z zakresu historii kultury i sztuki poszczególnych epok i poglądami ich autorów, potrafi samodzielnie przeprowadzić ich krytykę, formułować i uzasadniać swoje poglądy, analizować poszczególne kierunki artystyczne, dokumentując wiedzę przykładami.

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne	Kurs kończy się egzaminem pisemnym. Zaliczenie ćwiczeń na podstawie projektu grupowego, referatu i prezentacji multimedialnej. Dostateczny – student opanował w stopniu zadawalającym założone efekty kształcenia. Dobry – student opanował w stopniu zadawalającym założone efekty kształcenia, a ponadto orientuje się w podstawowych problemach kultury i sztuki zachodnioeuropejskiej i potrafi właściwie rozpoznać style i kierunki artystyczne, dzieła i ich twórców, swobodnie orientuje się w treściach głównych stanowisk poszczególnych myślicieli, zna dorobek cywilizacyjny poszczególnych epok, potrafi charakteryzować style artystyczne, powstałe w różnych epokach i umie formułować własne opinie. Bardzo dobry – student opanował założone efekty kształcenia w stopniu dobrym, a ponadto biegle operuje treściami z zakresu historii kultury i sztuki poszczególnych epok i poglądami ich autorów, potrafi samodzielnie przeprowadzić ich krytykę, formułować i uzasadniać swoje poglądy, analizować poszczególne kierunki artystyczne, dokumentując wiedzę przykładami.

Literatura

Obowiązkowa

1. Borowiecki R., Kwieciński M., Informacja i wiedza w zintegrowanym systemie zarządzania, Zakamycze-Kraków 2004.
2. Budzyński W., Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy, Warszawa 1997.
3. MacCannell D., Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej, tłum. E. Klekot, A. Wieczorkiewicz, Warszawa 2002.
4. Middleton V.T.C., Marketing w turystyce, Warszawa 1996.

Dodatkowa

1. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie, Warszawa 2010.
2. Kruczek Z., Obsługa Ruchu Turystycznego. Teoria i praktyka, Kraków 2012.
3. Kuźniar W., Aktywność marketingowa gmin i jej oddziaływanie na rozwój turystyki wiejskiej, Rzeszów 2013.
4. Teoria wiedzy o przeszłości na tle współczesnej humanistyki. Antologia, red. E. Domańska, Poznań 2010.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	10
Ćwiczenia audytoryjne	10
Przygotowanie do zajęć	5
Przygotowanie projektu	15
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	8
Przygotowanie referatu	7
Przygotowanie do zaliczenia	5
Przygotowanie do egzaminu	10
Studiowanie literatury	7

Pozostałe godziny w kontakcie	5
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 82
Liczba punktów ECTS	**ECTS** 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut