

Fotografia i social media w ekoturystyce

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów ekoturystyka	Cykl dydaktyczny 2024/25	
Specjalność -	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się Zaliczenie bez oceny	
Jednostka organizacyjna Instytut Biologii i Nauk o Ziemi	Języki wykładowe polski	
Poziom studiów I stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów studia stacjonarne	Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Profil studiów ogólnoakademicki		
Koordinator zajęć	Tomasz Padło	
Prowadzący zajęcia	Tomasz Padło	
Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się Zaliczenie bez oceny	Liczba punktów ECTS 3
	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia <ul style="list-style-type: none">Wykład: 15, Zaliczenie bez ocenyĆwiczenia laboratoryjne: 15, Zaliczenie bez oceny	

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Celem kursu jest zaznajomienie studenta z zasadami kompozycji zdjęć, ich podstawowej edycji i rolą fotografii jako medium wykorzystywanego w marketingu branży turystycznej.
C2	Po zakończeniu kursu student będzie potrafił wykorzystać fotografie w tworzeniu materiałów promocyjnych zarówno w social mediach jak i w tradycyjnych formach promocji.
C3	Student ponadto nabędzie w trakcie kursu wiedzę na temat możliwości wykorzystania social mediów w turystyce.
C4	Po ukończeniu kursu student będzie rozumiał rolę social mediów w kreowaniu produktów turystycznych oraz w podejmowanych decyzjach o destynacjach turystycznych.
C5	Kurs rozwinie umiejętność wykorzystania narzędzia mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku firm z branży turystycznej oraz wyjaśni wpływ tych mediów na funkcjonowanie organizatorów turystyki.

Wymagania wstępne

Podstawowa znajomość obsługi komputera i smartfona

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	Zna rolę social mediów w kreowaniu produktów turystycznych i w podejmowaniu decyzji związanych z aktywnością turystyczną oraz wie jak wykorzystać social media w kształtowaniu wizerunku firmy działającej w branży turystycznej	K_W06, K_W12	Aktywność, Udział w dyskusji
W2	Zna podstawy kompozycji zdjęć i ich edycji	K_W08, K_W23	Projekt indywidualny, Dzieło, Udział w dyskusji
W3	Zna pozytywne i negatywne aspekty funkcjonowania social mediów w turystyce	K_W23	Aktywność, Udział w dyskusji
Umiejętności:			
U1	Potrafi wykorzystać fotografie w tworzeniu materiałów promocyjnych w social mediach jak również w formie tradycyjnej. Potrafi również tworzyć cykle fotograficzne.	K_U03, K_U12	Projekt indywidualny, Dzieło
U2	Potrafi wykorzystać portale społecznościowe jako narzędzia marketingu turystycznego.	K_U04, K_U16	Projekt indywidualny, Dzieło
U3	Potrafi edytować fotografie w programach graficznych.	K_U03	Projekt indywidualny, Dzieło
U4	Rozumie wpływ social mediów na funkcjonowanie turystyki.	K_U10, K_U16	Projekt indywidualny, Dzieło, Aktywność
Kompetencji społecznych:			
K1	Rozumie i szanuje pracę artystyczną, przestrzega zasad etycznych w tworzeniu, wykorzystaniu i udostępnianiu treści fotograficznych	K_K01	Projekt indywidualny, Dzieło, Aktywność, Udział w dyskusji

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
K2	Ma poczucie odpowiedzialności za informacje wprowadzane w obieg publiczny	K_K13	Projekt indywidualny, Dzieło, Aktywność, Udział w dyskusji
K3	Dbą o wartości estetyczne w ramach pracy z fotografią	K_K12	Projekt indywidualny, Dzieło, Aktywność, Udział w dyskusji

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Internetowe narzędzia do kreowania marki	W1, U1, U2	Wykład
2.	Wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej	W1, W2, U1, U4, K2	Wykład
3.	Budowanie wizerunku firmy	W1, W3, U2, U4, K2	Wykład
4.	Zasady kompozycji zdjęć	W2, K1, K3	Wykład
5.	Wykorzystanie fotografii w promocji produktów turystycznych na wybranych przykładach	W1, U4, K1, K3	Wykład
6.	Edycja zdjęć w programach graficznych	U3, K3	Ćwiczenia laboratoryjne
7.	Wykorzystanie podstaw wiedzy fotograficznej w fotografowaniu obiektów turystycznych w terenie	W2, U1, K3	Ćwiczenia laboratoryjne
8.	Tworzenie spójnej narracji promocyjnej w social mediach w oparciu o fotografię	U1, U2, K1, K3	Ćwiczenia laboratoryjne

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład, Dyskusja
Ćwiczenia laboratoryjne	Dyskusja, Projekt

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Udział w dyskusji i obecność na zajęciach
Ćwiczenia laboratoryjne	Zaliczenie wszystkich ćwiczeń cząstkowych jest podstawą do uzyskania zaliczenia całego kursu.

Literatura

Obowiązkowa

1. Głowacz, A. Znaczenie social media w tworzeniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa. GLOBAL STUDIES, 150.
2. Lewenstein, M. (2014). Znaczenie fotografii w turystyce. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS.
3. Piróg, D., Padło, T. (2020). Wykorzystanie fotografii we współczesnym kształceniu geograficznym: dydaktyczne założenia i praktyczne rozwiązania. Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Geographica, 14, 42-56.

Dodatkowa

1. Potyrańska, P., Puzio, J. (2021). Social media jako narzędzie oddziaływania na decyzje zakupowe konsumentów. Edukacja Humanistyczna, 2(45), 97-109.
2. Robinson M., Picard D. (red.), (2009), The Framed World. Tourism, Tourists and Photography, Ashgate.
3. Werenowska, A. (2019). Social media marketing (SMM) jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z grupami otoczenia. Turystyka i Rozwój Regionalny, (12), 95-102.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	15
Ćwiczenia laboratoryjne	15
Pozostałe godziny w kontakcie	15
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie projektu	15
Przygotowanie do zajęć	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 80
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
K_K01	Absolwent/ka ma świadomość konieczności ciągłego podnoszenia kompetencji zawodowych oraz autorefleksji dotyczącej posiadanej wiedzy i umiejętności w zakresie ekoturystyki.
K_K12	Absolwent/ka wykazuje aktywną postawę kształtowania wzorców świadomej konsumpcji wśród uczestników imprez ekoturystycznych.
K_K13	Absolwent/ka kultywuje i wdraża wzory właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim.
K_U03	Absolwent/ka efektywnie wykorzystuje programy komputerowe, w tym systemy informacji geograficznej (GIS), aplikacje GNSS
K_U04	Absolwent/ka potrafi komunikować się z otoczeniem, w tym za pomocą nowoczesnych mediów i dostosowywać przekazywaną wiedzę do wybranych grup społecznych.
K_U10	Absolwent/ka analizuje aktualne potrzeby rynku turystycznego w kontekście ekoturystyki.
K_U12	Absolwent/ka wybiera samodzielnie optymalne metody pozyskiwania, analizy i prezentacji danych.
K_U16	Absolwent/ka efektywnie wykorzystuje narzędzia i systemy informatyczne w tworzeniu produktu ekoturystycznego oraz obsłudze klienta.
K_W06	Absolwent/ka zna zasady obsługi sprzętu i urządzeń służących do pozyskiwania, przetwarzania i analizy informacji geograficznych.
K_W08	Absolwent/ka zna zasady bezpieczeństwa kształcenia i pracy.
K_W12	Absolwent/ka zna i rozumie zjawiska społeczno-kulturowe oraz opisuje zróżnicowanie etniczne na świecie.
K_W23	Absolwent/ka zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego w stopniu pozwalającym na poprawne korzystanie z różnych źródeł informacji geograficznej i turystycznej.