

Kształtowanie wizerunku regionu Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów ekoturystyka</p> <p>Specjalność -</p> <p>Jednostka organizacyjna Instytut Biologii i Nauk o Ziemi</p> <p>Poziom studiów I stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2024/25</p> <p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się Zaliczenie na ocenę</p> <p>Języki wykładowe polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy</p> <p>Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe</p>	
Koordynator zajęć	Joanna Fidelus-Orzechowska	
Prowadzący zajęcia	Joanna Fidelus-Orzechowska	
<p>Okres Semestr 6</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się Zaliczenie na ocenę</p> <p>Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wykład: 10, Zaliczenie na ocenę • Ćwiczenia laboratoryjne: 20, Zaliczenie bez oceny 	<p>Liczba punktów ECTS 2</p>

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	<p>Celem kształcenia jest zapoznanie się z procesem tworzenia wizerunku regionu z perspektywy różnych grup odbiorców. W ramach kursu uczestnicy poznają różne czynniki warunkujące markę danego obszaru zarówno w aspekcie materialno-przestrzennych jak i niematerialnym. Zaprezentowane zostaną najnowsze rozwiązania kształtujące pozytywny wizerunek danego obszaru Na bazie studiów przypadków i analiz problemowych zwrócona zostanie uwaga studentów na najważniejsze wyzwania związane z kształtowaniem, budowaniem i dostosowywaniem wizerunku regionu do zmieniających się potrzeb danych grup społecznych.</p>

Wymagania wstępne

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	Student zna etapy tworzenia wizerunku regionu	K_W13	Test, Prezentacja
W2	Student wymienia czynniki warunkujące pozytywny wizerunek danego regionu	K_W13	Test, Prezentacja
Umiejętności:			
U1	Student umie wskazać potencjał ekoturystyczny wybranego regionu	K_U17, K_U20	Test, Prezentacja
U2	Student umie wskazać najnowsze rozwiązania proekologiczne stosowane w kształtowaniu wizerunku danego obszaru	K_U17	Test, Prezentacja
U3	Student potrafi wskazać wyzwania i ograniczenia w budowaniu marki regionu na wybranych przykładach	K_U17	Test, Prezentacja
Kompetencji społecznych:			
K1	Rozumie potrzebę korzystania ze sprawdzonych źródeł danych, informacji	K_K01	Test, Prezentacja
K2	Student promuje prośrodowiskowe zachowania turystyczne minimalizujące wpływ na środowisko przyrodnicze i wspierające lokalne uwarunkowania kulturowe	K_K03	Test, Prezentacja

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	1. Wizerunek jako wyznacznik, marka danego regionu. Etapy budowania wizerunku regionu.	W1, U1, K1	Wykład
2.	1. Wyzwania i ograniczenia związane z kształtowaniem wizerunku regionu.	W2, U1, U3, K1, K2	Wykład
3.	1. Przykłady innowacyjnych rozwiązań wykorzystywanych w budowaniu wizerunku regionu.	W2, U3, K1, K2	Wykład
4.	1. Kształtowanie wizerunku regionu w aspekcie różnych grup interesariuszy.	W1, W2, U3	Wykład
5.	a. Uwarunkowania wpływające na wizerunek regionu – analiza na wybranych przykładach.	U1, U3	Ćwiczenia laboratoryjne
6.	a. Budowanie marki regionu w aspekcie zasady zrównoważonej turystyki.	W1, K1, K2	Ćwiczenia laboratoryjne
7.	a. Sposoby kształtowania pozytywnego wizerunku regionu w aspekcie różnych grup docelowych.	W2, U2, U3, K1, K2	Ćwiczenia laboratoryjne

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
8.	a. Znaczenie innowacyjnych rozwiązań w promocji danego obszaru - analiza wybranych przykładów.	U1, U2, U3, K1, K2	Ćwiczenia laboratoryjne
9.	a. Różnorodność produktów turystycznych, a wizerunek danego regionu - analiza studium przypadku.	U1, U2, U3, K1, K2	Ćwiczenia laboratoryjne
10.	Działania proekologiczne w promowaniu danego regionu.	U2, K1, K2	Ćwiczenia laboratoryjne

Informacje dodatkowe

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

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Zaliczenie wykładów: pozytywna ocena z kolokwium zaliczeniowego
Ćwiczenia laboratoryjne	Zaliczenie ćwiczeń: ćwiczenia mają charakter warsztatowy, do ich zaliczenia wymagana jest 100% obecność oraz realizacja zadań indywidualnych i grupowych w toku zajęć

Literatura

Obowiązkowa

- Daszkiewicz M., Kreowanie marki regionu - możliwości i wyzwania, „Marketing i Rynek”, 2015, s. 109- • 11.
- Czarnecka, A., Albrychiewicz-Słocińska, A., Dunay, A., & Ensari, S. (2017). Promocja regionu w kontekście ekologicznych aspektów zrównoważonego rozwoju. Handel Wewnętrzny, (4 (369) Tom II), 70-83.
- Mazurek-Łopacińska, K., & Sobocińska, M. (2016). Nowoczesne narzędzia komunikacji marketingowej w kreowaniu wizerunku regionu. Marketing i Zarządzanie, 45, 183-192.
- Manczak, I. (2012). Wizerunek miasta turystycznego i jego wymiar marketingowy. Studia Ekonomiczne i Regionalne, 5(1), 105-112.
- Zdon-Korzeniowska, M. (2012). Budowa marki regionalnej na wybranych przykładach województw Polski. Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society, 19, 130-141.
- Florek, M. (2001). Determinanty i możliwości promowania regionów. Ruch prawniczy, ekonomiczny i socjologiczny, 3, LXIII, 159-176.

Dodatkowa

- Surówka, A., & Szewczyk, W. (2024). Tożsamość i wizerunek miejscowości jako czynniki budujące atrakcyjność turystyczną miasta w opinii mieszkańców-na przykładzie miasta Stary Sącz. Studia Ekonomiczne Gospodarka, Społeczeństwo, Środowisko, 63-80.
- Nowak, A., & Kruczek, Z. (2022). Budowanie transgranicznych marek turystycznych na przykładzie marki EtnoCarpathia. Studia Periegetica, 38(2), 99-118.
- Niezgoda, A. (2019). Rola świadomości ekologicznej w kształtowaniu wizerunku miejscowości turystycznych (przykład Puszczykowa). Polish journal for sustainable development, 23(1), 49-56.
- Stanowicka, A. (2018). Możliwości wykorzystania dziedzictwa kulturowego w kreowaniu wizerunku regionu. Economic and Regional Studies, 6(2), 47-55.
- Łuczak, M. (2015). Znaczenie szlaku jako produktu turystycznego w kreowaniu wizerunku regionu. Marketing i Zarządzanie, (40), 21-31.
- Nawrocka, E. (2015). Współpraca podmiotów na rzecz kreowania i wzmocnienia wizerunku regionu turystycznego-perspektywa teorii sieci. Roczniki Ekonomiczne Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy, (8), 118-130.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	10
Ćwiczenia laboratoryjne	20
Studiowanie literatury	5
Pozostałe godziny w kontakcie	2
Przygotowanie projektu	5
Przygotowanie do zaliczenia	8
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 50
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* 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_K03	Absolwent/ka ma świadomość konieczności postępowania zgodnie z zasadami etyki organizatora/lidera turystyki, a także współorganizowania działalności turystycznej przyczyniającej się do ochrony lub/i poprawy stanu środowiska i jakości życia lokalnych społeczności.
K_U17	Absolwent/ka potrafi propagować zasady zrównoważonej turystyki/ekoturystyki oraz zasady poszanowania środowiska przyrodniczego.
K_U20	Absolwent/ka stosuje kompleksową wiedzę o środowisku przyrodniczym do oceny potencjału ekoturystycznego.
K_W13	Absolwent/ka charakteryzuje zjawiska i procesy przyrodnicze oraz kulturowe kształtujące środowisko geograficzne oraz potrafi, na ich podstawie, wnioskować o potencjale rozwoju ekoturystyki.