

Data opracowania:

15 września 2010

Katedra Polityki Turystycznej

Zakład Ekonomiki Turystyki

PLAN REALIZACJI PRZEDMIOTU: Rynki turystyczne i rekreacyjne

Kierunek: **Turystyka i rekreacja**, studia II stopnia, *zaoczne*, rok. I, semestr 2.

Przedmiot: Rynki turystyczne i rekreacyjne: 10 godzin wykładów, 20 godzin ćwiczeń, 30 godzin praca własna.

Forma zaliczenia przedmiotu: Przedmiot kończy się: zaliczeniem z oceną (ćwiczenia) oraz egzaminem (wykład). **Liczba punktów ECTS: 6.**

Cele nauczania. Poznanie przez studentów najważniejszych rynków turystycznych i rekreacyjnych, w tym zwłaszcza z punktu widzenia zagranicznej turystyki przyjazdowej do Polski. Analiza systemów funkcjonowania podstawowych rynków branżowych – rynek hotelarski, rynek biur podróży, rynek lotniczy, rynek przewoźników (autokarowych, morskich itd.), rynek SPA, rynek fitness itd. Zdobywanie wiedzy dotyczącej aktywności turystycznej i rekreacyjnej ludności oraz badanie zależności pomiędzy uczestnictwem w turystyce i rekreacji a cechami demograficzno-społecznymi. Poznanie przez studentów różnorodnych metod, technik i narzędzi badawczych, pozwalających analizować rynki z punktu widzenia ich chłonności, pojemności, a także zmienności w czasie. Nabycie przez studentów umiejętności prognozowania zjawisk dotyczących sfery turystyki.

Treści kształcenia. Pojęcie, zakres i znaczenie rynku turystycznego oraz wybranych rynków rekreacyjnych w gospodarce światowej oraz poszczególnych rynków branżowych (sektorowych) działających. Usługi turystyczne i rekreacyjne jako element handlu międzynarodowego. Analiza najbardziej aktualnych danych statystycznych ilustrujących przestrzenny i rodzajowy rozkład ruchu turystycznego na świecie oraz związanych z tym obrotów finansowych – wykorzystanie oficjalnych danych UNWTO i OECD. Regionalizacja międzynarodowego ruchu turystycznego. Struktury organizacyjne oraz modele rynków turystycznych i rekreacyjnych. Metody analizy rynku – badania rynkowe a badania marketingowe. Metody prognozowania oraz ich zastosowanie w odniesieniu do rynku usług turystycznych i rekreacyjnych. Aktualne tendencje i trendy uwidaczniające się w turystyce i rekreacji, zarówno w sferze popytu jak i podaży -zastosowanie trendów w analizie rynku turystycznego: Sekwencyjna Analiza Trendów Turystycznych jako przykład zastosowania metody „*Futures Wheel*”. Aktywność turystyczna mieszkańców Polski – wyjazdy krajowe i zagraniczne. Rynek czasu wolnego i rekreacji – ujęcie teoretyczne (modele i rodzaje rynku: rynek na czas wolny, rynek czasu wolnego, rynek dla czasu wolnego, metody wartościowania czasu wolnego, przyszłościowe tendencje i trendy związane z czasem wolnym. Aktywność rekreacyjna Polaków. Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski Analiza rynków turystycznych: tzw. rynków sąsiednich: rynek niemiecki, rynków wschodnich, rynku turystycznego Unii Europejskiej oraz tzw. rynków zamorskich. Analiza wahań sezonowych – model addytywny. Analiza wahań sezonowych – model multiplikatywny. Rynek biur podróży w Polsce – organizacja i funkcjonowanie, główni gracze, analiza koniunktury, zasady ustalania kursów akcji na giełdzie na przykładzie spółek branży turystycznej. Rynek hotelarski - organizacja i funkcjonowanie, główni gracze, analiza koniunktury. Rynek lotniczy - organizacja i funkcjonowanie, główni gracze, analiza koniunktury, wpływ cen i dochodów ludności na kształtowanie się pojemności rynku. Charakterystyka działalności organizacji

typu "non profit" w turystyce. Zastosowanie dodatku do analizy danych arkusza kalkulacyjnego do badania zjawisk na rynku turystycznym. Omówienie charakteru, zakresu i wymagań dotyczących pracy projektowej, którą każdy student ma złożyć na koniec semestru.

Metody dydaktyczne: klasyczny wykład (czasami połączony z dyskusją), prezentacje multimedialne, case study, film dydaktyczny, klasyczne ćwiczenia, kolokwia, referaty; samodzielne przygotowanie projektu będącego analizą rynku turystycznego wybranego kraju lub rynku branżowego wraz z prezentacją. Z uwagi na mniejszy wymiar zajęć dydaktycznych realizowanych na studiach zaocznych w czasie zjazdów (zwłaszcza jeśli chodzi o wykłady), tematy niektórych zajęć zostaną przedstawione skrótowo z jednoczesnym zaleceniem, aby zapoznać się ze wskazanymi treściami, w oparciu o wskazane do tych tematów źródła informacji.

Zagadnienia, których znajomość jest przydatna przed przystąpieniem do zajęć: wiedza z zakresu przedmiotów realizowanych na wcześniejszych semestrach, zwłaszcza dotyczących zagadnień ekonomicznych oraz organizacji i zarządzania, umiejętność korzystania z internetowych systemów wyszukiwawczych; podstawowa wiedza z zakresu statystyki.

Umiejętności nabyte w trakcie realizacji przedmiotu: umiejętność samodzielnego wykorzystywania zasobów internetowych do analiz dowolnie wybranych rynków turystycznych i rekreacyjnych, poznanie standardów pisania pracy o charakterze naukowym. Umiejętność wyrażania wybranych wskaźników w cenach bieżących i cenach stałych. Umiejętność wykazania zależności lub jej braku pomiędzy zmiennymi o charakterze jakościowym. Wyznaczanie funkcji trendu przy pomocy metody najmniejszych kwadratów. Zastosowanie arkusza kalkulacyjnego do wyznaczania funkcji trendu. Ocena stopnia dopasowania funkcji trendu do danych empirycznych. Prognozowanie w oparciu o funkcje trendu i wahania sezonowe (model addytywny). Umiejętność weryfikacji prognoz wyznaczonych w oparciu o funkcje trendu i wahania sezonowe (model multiplikatywny). Znajdowanie optymalnej ceny produktu na rynku z punktu widzenia maksymalizacji dochodu przedsiębiorstwa. Poznanie różnic pomiędzy dwoma systemami notowań: systemem notowań ciągłych i systemem notowań jednolitych. Umiejętność badania wpływu kilku zmiennych objaśniających na zmienną objaśnianą przy użyciu arkusza kalkulacyjnego. Ocena wybranych rynków turystycznych. Umiejętność wykorzystania poznanych metod w praktyce - przy analizach poszczególnych rynków turystycznych oraz wykorzystania tej wiedzy przy tworzeniu produktów oraz zarządzania firmami turystycznymi i rekreacyjnymi.

Praca własna: zgromadzenie materiałów (raportów i publikacji) niezbędnych przy pisaniu pracy zaliczeniowej. Samodzielne przygotowanie projektu będącego analizą rynku turystycznego wybranego kraju lub rynku branżowego wraz z prezentacją.

LITERATURA OBOWIĄZKOWA

- Alejski W., *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Albis, Kraków 2000.
- Mynarski S., *Analiza rynku. Problemy i metody*, PWN, Warszawa 1987.
- Tokarz, A. Lewandowska, *Badania rynku turystycznego – materiały do studiowania*, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin 2004.
- Wykaz źródeł przydatnych do realizacji przedmiotu zamieszczony jest na specjalnej stronie internetowej służącej realizacji tego przedmiotu, pod adresem: [http://wtir.awf.krakow.pl/pdf/studenci/strony_st/projekty/sylabus/Zrodla%20internetowe%](http://wtir.awf.krakow.pl/pdf/studenci/strony_st/projekty/sylabus/Zrodla%20internetowe%20)

LITERATURA ZALECANA

- *Promocja i kreowanie turystycznego wizerunku Polski*, (red. J. Walasek), POT, Warszawa 2005 oraz inne materiały Polskiej Organizacji Turystycznej poświęcone analizom rynku turystycznego oraz poszczególnych rynków krajów ważnych dla Polski,
- *Turystyka. Informacje i Opracowania Statystyczne Głównego Urzędu Statystycznego*, Warszawa (materiał publikowany w każdym roku),
- Specjalne raporty dotycząc rynków branżowych (np. sporządzane co roku przez Instytut Turystyki oraz Redakcję czasopisma „Wiadomości Turystyczne” raporty: *Rynek biur podróży*, *Rynek Lotniczy*, *Rynek Hotelarski*),
- Publikacje dotyczące rynków turystycznych i rekreacyjnych w czasopismach naukowych i popularno-naukowych (np. „Folia Turistica”, „Turyzm”, „Turystyka i Rekreacja”, „Kultura Fizyczna”) oraz branżowych (np. „Rynek Turystyczny”, „Rynek Podróży”, „Wiadomości Turystyczne”, „Hotelarz”).

Wykłady: 10 godzin.

Miejsce prowadzenia: AWF, al. Jana Pawła II 78

1. Pojęcie, zakres i znaczenie współczesnego rynku turystycznego (struktury i modele rynków turystycznych i rekreacyjnych w wybranych krajach świata, ich znaczenie jako element handlu międzynarodowego; - analizy w oparciu raporty najważniejszych organizacji międzynarodowych: UNWTO, WTTC, ETC, OECD) - 2 godz.
2. Międzynarodowy (globalny) rynek turystyczny – analiza corocznie wydawanego raportu „Tourism Highlights” pod kątem wielkości, dynamiki, struktury międzynarodowego ruchu turystycznego oraz związanych z nim obrotów finansowych, rankingi, salda bilansu) - 2 godz.
3. Rynek czasu wolnego i usług rekreacyjnych – ujęcie teoretyczne (modele i rodzaje rynku: rynek na czas wolny, rynek czasu wolnego, rynek dla czasu wolnego, metody wartościowania czasu wolnego, przyszłościowe tendencje i trendy związane z czasem wolnym) – 1 godz.
4. Metody badania rynków turystycznych i rekreacyjnych (badania rynkowe, badania marketingowe – podobieństwa i różnice, znaczenie, instytucje prowadzące badania) – 1 godz.
5. Aktywność turystyczna Polaków oraz porównanie z poziomem oraz wzorów konsumpcji turystycznej Polaków z mieszkańcami innych krajów Unii Europejskiej (stopa aktywności, cele, motywy, preferencje dotyczące form, sposobu organizacji, zakwaterowania, środków transportu; Na podstawie corocznych badań Instytutu Turystyki oraz EUROSTAT) – 2 godz.
6. Metody prognozowania oraz ich zastosowanie w odniesieniu do rynku usług turystycznych i rekreacyjnych (Sekwencyjna Analiza Trendów Turystycznych jako przykład zastosowania metody „Futures Wheel”) - 1 godz.
7. Aktualne tendencje i trendy uwidaczniające się w turystyce i rekreacji (megatrendy cywilizacyjne a turystyka, osobne analizy dla popytu oraz podaży turystycznej) - 2 godz.
8. Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2008-2015 jako wyznacznik polityki państwa w zakresie promocji turystycznej na krajowym oraz zagranicznych rynkach turystycznych – 1 godz.
9. Organizacja i funkcjonowanie wybranych rynków turystycznych i rekreacyjnych w Polsce, wraz z odniesieniami międzynarodowymi (rynek biur podróży, rynek hotelarski, rynek lotniczy) - 2 godz.
10. Tematyka rotacyjna (do wyboru) w zależności od zapotrzebowania zgłaszanego przez studentów lub problemów pojawiających się w danym momencie problemów na rynkach

turystycznych i rekreacyjnych (np. rynek izraelski czy rynek żydowski – dylematy sektora turystyki przyjazdowej do Polski, rynek „silver head”; aktywność sportowo-rekreacyjna mieszkańców UE”, - jego znaczenie w Polsce i na świecie) – 1 godz.

Ćwiczenia: 20 godzin.

Miejsce prowadzenia: AWF, al. Jana Pawła II 78

1. (2h): Zajęcia wprowadzające. Przedstawienie celów, zakresu oraz struktury zajęć. Wskazanie zalecanej bibliografii. Dyskusja na temat podstawowych pojęć (definicje rynku turystycznego, rekreacji itd. – gł. pod kątem ich specyfiki). Analiza struktury pracy zaliczeniowej dla rynku krajowego i branżowego oraz kryteriów oceny pracy. Najważniejsze kraje globalnej gospodarki turystycznej wg przyjazdów turystów, dochodów z turystyki i wydatków na turystykę. WUTZ. Ćwiczenie polegające na sporządzeniu prognozy wyjazdów na świecie na podstawie danych 1981-2005 i następnie jej weryfikacja oraz porównanie wpływów z turystyki w tym samym okresie w cenach nominalnych i realnych.
2. (2h): Analiza rynku turystycznego regionu Europy i jego subregionów oraz komparatystycznie regionu Azji i Pacyfiku (na podstawie danych z Światowej Organizacji Turystyki - UNWTO). Prognozowanie, weryfikacja i interpretacja.
3. (2h): Analiza polskiego rynku turystycznego z punktu widzenia zagranicznej turystyki przyjazdowej pod kątem przyjazdów i wydatków cudzoziemców, odwiedzających i turystów. Analiza wielkości, struktury, dynamiki oraz prognoza. Wydatki w cenach nominalnych i realnych. Profile konsumenckie, porównanie pomiędzy poszczególnymi krajami wg różnych zmiennych opisowych.
4. (2h): Analiza polskiego rynku turystycznego z punktu widzenia turystyki wyjazdowej na podstawie opracowań Instytutu Turystyki. Profile konsumenckie, zestawienie wyjazdów turystycznych z wyjazdami zagranicznymi ogółem, zróżnicowanie w zależności od segmentów (turystyka wypoczynkowa, biznesowa, VFR).
5. (2h): Analiza rynku turystycznego Niemiec.
6. (2h): Analiza rynków turystycznych wschodnich sąsiadów Polski: Rosji, Litwy, Ukrainy i Białorusi.
7. (2h): Analiza rynków turystycznych krajów UE poza Niemcami oraz krajów Europejskiego Obszaru Gospodarczego: Wielkiej Brytanii, Norwegii, Francji, Irlandii, Włoch i Szwecji.
8. (2h): Analiza rynków turystycznych krajów zamorskich: USA, Chin, Kanady, Australii i Japonii.
9. (2h): Analiza rynków turystycznych SPA, fitness (ewentualnie innych rynków rekreacyjnych) oraz rynku turystyki biznesowej i MICE.
10. (2h): Podsumowanie zajęć, zbiorcze omówienie prac semestralnych, wpisy zaliczeń do indeksów.

Podstawą zaliczenia zajęć jest: praca projektowa będąca analizą rynku turystycznego wybranego kraju lub sektora turystyki (tzw. rynek branżowy), referat na ćwiczeniach (nieobowiązkowo) - opracowanie i zaprezentowanie zagadnienia dotyczącego turystyki związanego z omawianymi zajęciami.