

Opis zajęć (syllabus): MICE - Rynek spotkań biznesowych

| | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------------|-------------|----------|
| Nazwa zajęć: | MICE - Rynek spotkań biznesowych | ECTS | 3 |
| Nazwa zajęć w j. angielskim: | MICE market for business meetings | | |
| Zajęcia dla kierunku studiów: | Finanse i Rachunkowość | | |

| | | | |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------|
| Język wykładowy: polski | | Poziom studiów: 1 | |
| Forma studiów: stacjonarne i niestacjonarne | Status zajęć: kierunkowy - do wyboru | Numer semestru: semestr letni | |
| Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): | | 2019/2020 | Numer katalogowy: EKR-F-1SZ-X-55-KF-2019 |

| | | | |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Koordinator zajęć: | Zawadka Jan, dr | | |
| Prowadzący zajęcia: | Zawadka Jan, dr | | |
| Jednostka realizująca: | Katedra Turystyki, Komunikacji Społecznej i Doradztwa | | |
| Jednostka zlecająca: | Wydział Ekonomiczny | | |
| Założenia, cele i opis zajęć: | <p>a. Student będzie posiadał wiedzę z zakresu rynku spotkań biznesowych (zarówno indywidualnych wyjazdów służbowych, jak i poszczególnych form turystyki biznesowej), zapozna się ze specyfiką i zróżnicowaniem form i ofert rynku spotkań.</p> <p>b. Posiadzie wiedzę dotyczącą perspektyw rozwoju przemysłu spotkań, a także krajowych i międzynarodowych organizacji wspierających ten rozwój.</p> <p>c. Będzie posiadał umiejętności w zakresie konstruowania oferty w ramach różnych form przemysłu spotkań (ze szczególnym uwzględnieniem spotkań integracyjno-szkoleniowych i motywacyjnych).</p> <p>Wykład Wprowadzenie do podróży służbowych. Definicje, cechy i rodzaje spotkań biznesowych. Rynek i produkt spotkań biznesowych oraz determinanty ich kreacji i rozwoju. Charakterystyka rynku spotkań biznesowych w Polsce. Krajowe i międzynarodowe organizacje zaangażowane w rozwój rynku spotkań biznesowych. Spotkania motywacyjne, konferencyjno-kongresowe, targowo-wystawiennicze i korporacyjne - istota i specyfika. Perspektywy rozwoju turystyki biznesowej w Polsce i na świecie.</p> <p>Cwiczenia Istota i specyfika spotkań integracyjno-szkoleniowych i motywacyjnych - konceptualizacja spotkania dla wybranych grup zawodowych.</p> | | |
| Formy dydaktyczne, liczba godzin: | <p>a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12</p> <p>b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4</p> | | |
| Metody dydaktyczne: | dyskusja, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, wykład konwersacyjny, indywidualne projekty studenckie | | |
| Wymagania formalne i założenia wstępne: | | | |
| Efekty uczenia się: | <p>Wiedza - Zna i rozumie:</p> <p>1. Absolwent zna i rozumie znaczenie i zasady funkcjonowania podmiotów na rynku spotkań biznesowych oraz relacje i więzi łączące je z innymi instytucjami tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej.</p> <p>2. Absolwent zna i rozumie prawidłowości i skutki działalności gospodarczej podmiotów rynku spotkań biznesowych oraz zasady tworzenia i rozwijania form indywidualnej przedsiębiorczości na tym rynku, wykorzystując wiedzę z zakresu finansów i rachunkowości.</p> | <p>Umiejętności - Potrafi:</p> <p>3. Absolwent potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną, dobrać właściwe metody i narzędzia oraz pozyskiwać dane do formułowania i analizowania prostych i złożonych procesów i zjawisk z zakresu finansów i rachunkowości zachodzących na rynku spotkań biznesowych.</p> <p>4. Absolwent potrafi krytycznie analizować i interpretować zjawiska zachodzące na rynku spotkań biznesowych oraz wskazywać ich skutki.</p> | <p>Kompetencje - Jest gotów do:</p> <p>5. Absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy w zakresie rynku spotkań biznesowych, uznawania znaczenia tej wiedzy w rozwiązywaniu problemów oraz zasięgania opinii ekspertów z zakresu rynku spotkań biznesowych w przypadku trudności z samodzielnym ich rozwiązaniem.</p> <p>6. Absolwent jest gotów do myślenia kreatywnego i działania w sposób przedsiębiorczy na rynku spotkań biznesowych oraz aktywności na rzecz środowiska społecznego z zachowaniem zasad odpowiedzialności społecznej i interesu publicznego.</p> |
| Sposób weryfikacji efektów uczenia się: | ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 5, 6), ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 1, 2, 3, 4), test (pisemny lub komputerowy) (efekty: 1, 2) | | |
| Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się: | karty oceny studenta (w tym na listach obecności), | | |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową: | ocena wystąpień w trakcie zajęć - 20%, ocena wykonania zadania projektowego - 30%, test (pisemny lub komputerowy) - 50% |
| Miejsce realizacji zajęć: | Sala wykładowa i ćwiczeniowa. |
| Literatura podstawowa i uzupełniająca: | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. M. Sidorkiewicz: Turystyka biznesowa. DIFIN, 2011. 2. A. Świątecki: Nowy Incentive w Polsce. Wydaw. Elect, Warszawa 2005. 3. R. Davidson i B. Cope: Turystyka biznesowa. Wydaw. POT, Warszawa 2003. 4. W. Gaworecki, A. Makać (red.): Turystyka biznesowa. Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, Gdańsk 2007. 5. B. Iwan, M. Kacprzak (red.): Turystyka biznesowa. Determinanty rozwoju. WSTiJO, Warszawa 2012. 6. Prasa branżowa: TTG Poland, Rynek Turystyczny, Biznes i Turystyka, Wiadomości Turystyczne, Hotelarz. 7. Raporty Corvention Bureau of Poland, Polskiej Izby Przemysłu Targowego, POT.] | |
| Uwagi: +, ver-lw, ogólne | |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| 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: | 77/63 |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: | 1.28/0.72 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 | 1. Absolwent zna i rozumie znaczenie i zasady funkcjonowania podmiotów na rynku spotkań biznesowych oraz relacje i więzi łączące je z innymi instytucjami tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej. | FIR1_KW01 | 2 |
| | 2. Absolwent zna i rozumie prawidłowości i skutki działalności gospodarczej podmiotów rynku spotkań biznesowych oraz zasady tworzenia i rozwijania form indywidualnej przedsiębiorczości na tym rynku, wykorzystując wiedzę z zakresu finansów i rachunkowości. | FIR1_KW05 | 1 |
| Umiejętności | 3. Absolwent potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną, dobrać właściwe metody i narzędzia oraz pozyskiwać dane do formułowania i analizowania prostych i złożonych procesów i zjawisk z zakresu finansów i rachunkowości zachodzących na rynku spotkań biznesowych. | FIR1_KU01 | 1 |
| | 4. Absolwent potrafi krytycznie analizować i interpretować zjawiska zachodzące na rynku spotkań biznesowych oraz wskazywać ich skutki. | FIR1_KU02 | 1 |
| Kompetencje | 5. Absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy w zakresie rynku spotkań biznesowych, uznawania znaczenia tej wiedzy w rozwiązywaniu problemów oraz zasięgania opinii ekspertów z zakresu rynku spotkań biznesowych w przypadku trudności z samodzielnym ich rozwiązaniem. | FIR1_KK01 | 1 |
| | 6. Absolwent jest gotów do myślenia kreatywnego i działania w sposób przedsiębiorczy na rynku spotkań biznesowych oraz aktywności na rzecz środowiska społecznego z zachowaniem zasad odpowiedzialności społecznej i interesu publicznego. | FIR1_KK02 | 1 |

*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy