

Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką			
Kierunek studiów i poziom kształcenia:	Zarządzanie – II stopień		Tryb studiów: S/N
Nazwa przedmiotu	RYNEK PRODUKTÓW SPORTOWO-TURYSTYCZNYCH OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH		
Nazwa grupy przedmiotów i jej symbol	Grupa przedmiotów z nauk o zarządzaniu w kulturze fizycznej	GNKF	
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		
Język wykładowy	polski		
Forma realizacji przedmiotu	obligatoryjny	do wyboru	X
Specjalność	wszystkie specjalności		
Rok studiów	drugi		
Semestr	trzeci		
Liczba punktów ECTS	dwa		
Tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko prowadzącego zajęcia	mgr Ryszard Harmaciński		
Kierunkowe efekty uczenia się - symbole	Przedmiotowe efekty uczenia się		
WIEDZA			
K_W01, K_W02	W1	definiuje rynek produktów sportowych i turystycznych i wskazuje osoby niepełnosprawne jako uczestników rynku	
K_W04, K_W05	W2	rozdziela popyt i podaż na rynku produktów sportowych i turystycznych w zakresie potrzeb osób niepełnosprawnych	
K_W06, K_W07	W3	opisuje koncepcje marketingowe produktów sportowych i turystycznych uwzględniając w nich klienta niepełnosprawnego	
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U01, K_U10	U1	analizuje rynek produktów sportowych i turystycznych ze szczególnym uwzględnieniem osób niepełnosprawnych jako uczestników rynku	
K_U03, K_U04	U2	interpretuje popyt i podaż na rynku produktów sportowych i turystycznych i ich zależność uwzględniając zdolności nabywcy klienta niepełnosprawnego	
K_U02	U3	analizuje i tworzy koncepcje marketingowe produktów sportowych i turystycznych i formułuje udział osób niepełnosprawnych w tych strategiach	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_K03, K_K05	K1	chętny do podejmowania działań na rynku produktów sportowych i turystycznych uświadamiających obecność osób niepełnosprawnych na rynku	
K_K04	K2	zdolny do prowadzenia analiz zdolności nabywcy osób niepełnosprawnych mających na celu dostosowanie popytu i podaży na rynku produktów sportowych i turystycznych	
K_K06	K3	dba o uwzględnianie potrzeb i zdolności nabywcy klienta niepełnosprawnego w strategiach marketingowych na rynku produktów sportowych i turystycznych	
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> Rynek sportowy i turystyczny jako kategoria ekonomiczna. Istota i cechy, pojęcia, zjawiska i procesy rynkowe. Pozycja osób niepełnosprawnych na tym rynku. Turystyka zrównoważona a rozwój gospodarczy. Pojęcie i zasady turystyki zrównoważonej oraz udział osób niepełnosprawnych w nim. 		

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Polityka państwa w zakresie turystyki i sportu osób niepełnosprawnych. 4. do 5. Usługi i produkty turystyczne na rynku osób niepełnosprawnych. 6. do 7. Produkty dla osób z niepełnosprawnościami w obszarze sportu. 8. Produkt sportowy i turystyczny jako przedmiot podaży na rynku towarów i usług turystycznych osób niepełnosprawnych. 9. Popyt wśród osób niepełnosprawnych na towary i usługi sportowe i turystyczne. Potrzeby i motywacje uczestników rynku, nowe trendy w popycie na produkty i usługi sportowe i turystyczne. 10. do 11. Organizacje działające w zakresie sportu osób niepełnosprawnych. Świat i Polska. 12. Imprezy sportowe i turystyczne dedykowane osobom z niepełnosprawnościami. 13. Koncepcje marketingowe produktów sportowych i turystycznych w odniesieniu do osób niepełnosprawnych.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak
Literatura obowiązkowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mullin B., Hardy S., Sutton W., <i>Sport Marketing – 4th edition</i>. Human Kinetics, USA 2014. 2. Halemba P., Harmaciński R., <i>Sport i turystyka osób niepełnosprawnych</i>, Wyższa Szkoła Umiejętności im. S. Staszica w Kielcach, Kielce 2009. 3. Panasiuk A., <i>Gospodarka turystyczna</i>, PWN, Warszawa 2009. 4. Oleksiuk A., <i>Marketing usług turystycznych</i>. Difin, Warszawa 2009. 5. Johann M., <i>Strategie marketingowe w turystyce</i>. Difin, Warszawa 2009.
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J., <i>Marketing usług</i>. Wolters Kluwer, Warszawa 2012. 2. Dąbrowska B. J., <i>Turystyka międzynarodowa w globalnej gospodarce</i>. Polskie Wydawnictwo Encyklopedyczne, Warszawa 2011. 3. Sznajder A., <i>Marketing Sportu</i>. PWE, Warszawa 2011. 4. Halemba P., Harmaciński R., <i>Zarządzanie organizacjami pozarządowymi w zakresie sportu, rekreacji i turystyki osób niepełnosprawnych w Polsce</i>, [w] <i>Zarządzanie w wybranych obszarach sportu, turystyki i rekreacji</i>, red. Halemba P., Wyd. Akademii Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach, Katowice 2011, s. 65-94.
Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne	<ul style="list-style-type: none"> • metody audiowizualne (prezentacja, film); metody słowne (wykład, dyskusja); • metody aktywizujące (burza mózgów) • analiza wybranych ryków towarowo – usługowych z zakresu treści przedmiotu
Sposób zaliczenia	zaliczenie na stopień
Metody oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	uczestnictwo w zajęciach, aktywność, sprawdzian z wiedzy w formie pisemnego kolokwium, prezentacja projektu indywidualnie lub w grupie, dyskusja dydaktyczna
Kryteria oceniania osiągnięcia	Wymogi formalne dla otrzymania oceny z zaliczenia: a) bardzo dobry - 91% i więcej odpowiedzi prawidłowych,

przedmiotowych efektów uczenia się	b) dobry plus - 81-90% odpowiedzi prawidłowych, c) dobry - 71-80% odpowiedzi prawidłowych, d) dostateczny plus - 61-70% odpowiedzi prawidłowych, e) dostateczny 50-60% odpowiedzi prawidłowych, niedostateczny – mniej niż 50% odpowiedzi prawidłowych
Praktyki zawodowe	nie dotyczy
STUDIA STACJONARNE Bilans punktów ECTS	udział w wykładach = 26h przygotowanie do zajęć = 13h studiowanie literatury przedmiotu = 13h łącznie = 52h w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym 50% godzin Liczba punktów ECTS = 2pkt. Minimalna ilość godzin nakładu pracy studenta 2 (pkt ECTS) x 26h = 52h

Forma oceny efektów uczenia się			
Efekty uczenia się	Forma oceny		
	Kolokwium	Prezentacja projektu	Dyskusja dydaktyczna
W1	X	X	X
W2	X	X	X
W3	X	X	X
U1		X	X
U2		X	X
U3		X	X
K1			X
K2			X
K3			X