

„ZATWIERDZAM”

PLAN
z dnia 16 lutego 2010 roku

.....

REKTOR
Prof. dr Janusz MERSKI

ALMAMER WYŻSZA SZKOŁA EKONOMICZNA

**CENTRUM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH
I KURSÓW SPECJALISTYCZNYCH**

**RAMOWY PROGRAM
ZAWODOWEGO KURSU DOKSZTAŁCAJĄCEGO
„INFORMACJA TURYSTYCZNA”**

(KURS PODSTAWOWY)

WARSZAWA 2010

PRZEZNACZENIE I CELE KURSU

Dydaktyczne cele kursu i wynikające z nich treści zajęć są uzasadnione przede wszystkim aktualnym i przewidywanym stanem zmian w gospodarce turystycznej, zwłaszcza w kontekście przygotowań organów administracji publicznej i podmiotów gospodarczych do Euro 2012 oraz prezydencji RP w Unii Europejskiej. Stąd też jego zakres i treść merytoryczną opracowano w formule przydatnej dla osób, które:

- zamierzają uzyskać ciekawą specjalizację zawodową;
- zwiększyć i uzupełnić kwalifikacje zawodowe;
- uzyskiwać dodatkowe korzyści materialne i pozamaterialne w wykonywanej pracy zawodowej;
- zainwestować w samokształcenie i zwiększyć swoje szanse na rynku pracy;
- znać aktualne źródła i programy informacji zawodowej;
- poznać uwarunkowania prawne i logistyczne oraz umiejętności reprezentowania pracodawcy przed klientami i organami administracji publicznej.

Daje to możliwość uzyskania atrakcyjnej specjalizacji i dalszego doskonalenia zawodowego.

Dobór treści kształcenia ma zapewnić zrealizowanie założonych celów dydaktycznych, ukształtować motywację Słuchaczy do profesjonalnej "intelektualnej przygody z turystyką" oraz rozpoczęcie procesu pozyskiwania stosownych kwalifikacji zawodowych i związanie osobistej kariery z tą specjalizacją.

Kurs jest przeznaczony dla absolwentów studiów pierwszego i drugiego stopnia oraz szkół średnich, niezależnie od specjalności zawodowej i kierunku wykształcenia:

- przedstawicieli samorządów lokalnych i administracji publicznej odpowiedzialnych za zagadnienia promocji oraz informacji turystycznej;
- kierowników centrów informacji turystycznej, gminnych centrów informacji oraz informatorów turystycznych – osób pierwszego kontaktu z klientem;
- kadry zarządzającej hotelami i innymi obiektami noclegowymi, gastronomicznymi oraz konferencyjnymi,
- zarządców atrakcji turystycznych (muzeów, skansenów, parków narodowych, krajobrazowych, rozrywki, wodnych, ośrodków sportu i rekreacji);
- pracowników biur podróży wyspecjalizowanych w turystyce przyjazdowej;
- pracowników regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych;
- towarzystw regionalnych, kulturalnych i gospodarczych.

CELE

- pozyskanie przez słuchaczy osobistej, zaktualizowanej wiedzy, niezbędnej do wykonywania zadań, pracy i usług związanych z gromadzeniem, przetwarzaniem i aktywnym udostępnianiem informacji turystycznej i promowaniem obszaru działania;
- zapoznanie z kulturą, obyczajami, warunkami prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce w zależności od specyfiki lokalnej, przepisów lokalnych i ogólnokrajowych oraz ryzyka biznesowego;
- zapoznanie słuchaczy z wybranymi przepisami prawa gospodarczego, cywilnego i administracyjnego oraz ogólnymi normami jego stosowania i dokumentowania ze szczególnym uwzględnieniem gospodarki turystycznej;
- zarządzania ryzykiem i sposobami minimalizowania zagrożeń w turystyce;
- nauczanie posługiwania się tradycyjnymi i elektronicznymi źródłami informacji w tym zakresie;
- wyrobienie motywacji, nawyków oraz umiejętności samokształcenia w zakresie wykładanych treści.

Program kursu będzie realizowany w czasie ośmiu dwudniowych zjazdów, łącznie ok. 112 godzin zajęć. Istnieje możliwość zorganizowania zajęć wieczorowych (środy – czwartki). Grupy – do 25 osób.

Warunkiem ukończenia kursu jest wykonanie zadania praktycznego, zdanie stosownego testu egzaminacyjnego/lub przygotowanie krótkiego opracowania (eseju) na uzgodniony temat.

**PROGRAM
WYKAZ BLOKÓW TEMATYCZNYCH I PODZIAŁ GODZIN**

LP.	GRUPA TEMATYCZNA	LICZBA GODZIN	UWAGI
1	Organizacja kursu – prawa i obowiązki uczestników	2	
2	Wstęp do wiedzy o promocji i informacji turystycznej	4	
3	Organizacja turystyki w Polsce	2	
4	Ogólne podstawy marketingu i reklamy w turystyce	4	
5	Historia i współczesne zadania systemu informacji turystycznej	4	
6	Zakres informacji turystycznej	2	
7	Organizacja i funkcjonowanie centrum informacji turystycznej	4	
8	Współpraca centrów informacji turystycznej z regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznym	2	
9	Podstawowe narzędzia informacji turystycznej	4	
10	Pozyskiwanie, gromadzenie, przetwarzanie i udostępnianie informacji	4	
11	Formy promocji w systemie informacji turystycznej	4	
12	Jakość usług i certyfikacja centrów informacji turystycznej	2	
13	Podstawy geografii turystycznej Polski	4	
14	Podstawy geografii turystycznej Mazowsza	4	
15	Promocja i informacja turystyczna wybranych form turystyki (kwalifikowana, biznesowa, krajoznawcza, kulturowa, agroturystyka)	4	
16	Udział systemu informacji turystycznej w kreowaniu i promowaniu lokalnych produktów turystycznych	2	
17	Podstawowe przepisy prawne dotyczące turystyki	4	
18	Zajęcia praktyczne: <ul style="list-style-type: none"> • funkcjonowanie centrum informacji turystycznej • analiza funkcjonowania wybranego centrum informacji turystycznej • posługiwanie się elektronicznymi bazami danych • tworzenie baz danych dotyczących systemów rezerwacyjnych, imprez i atrakcji turystycznych 	14	
19	Seminarium dyplomowe – zaliczenie kursu	2	

Razem 74 godziny

Projektowany układ treści i struktura tematyczna kursu zgodna jest z dydaktyczną zasadą stopniowania trudności i wynikania treści następnych z poprzednich – wcześniej przerabianych tematów. Dużym ułatwieniem dla słuchaczy będą zajęcia praktyczne w przedsiębiorstwach i innych podmiotach realizujących w praktyce zadania informacji turystycznej.

Słuchacze otrzymają także stosowny podręcznik.

LITERATURA

- IDZIKOWSKI J., PIOTROWSKI J.P.: Informacja turystyczna. w: Turystyka w gminie i w powiecie, praca zbiorowa pod red. A. Gordona, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2003.
- MERSKI J., PIOTROWSKI J.P.: System informacji a ruch turystyczny, ALMAMER, Warszawa 2008.
- PIOTROWSKI J.P.: Informacja szansą rozwoju turystyki, w: Ziemia, s. 55 – 62, Polskie Towarzystwo Turystyczno – Krajoznawcze, Warszawa 2002.
- PIOTROWSKI J.P., Informacja turystyczna. Poradnik dla organizatorów szkoleń, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa 1996.
- PIOTROWSKI J.P.: Informacja turystyczna na różnych etapach podróży: [w:] Kultura fizyczna w społeczeństwie nowoczesnym. Salezjańska Organizacja Sportowa RP, Akademia Wychowania Fizycznego, Warszawa 2009.

- PIOTROWSKI J.P.: Nowoczesny przewodnik turystyczny, w: Rocznik Dydaktyczny, , Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa. Warszawa 2004.
- PIOTROWSKI J.P.: Walory turystyczne miast, w: Rocznik Dydaktyczny Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa, Warszawa 2000.
- PIOTROWSKI J.P.: Z kart historii informacji turystycznej w Warszawie, w: Barbakan, nr 39 (178), s. 49- 50, Oddział Stołeczny PTTK, Warszawa 2008.
- PIOTROWSKI J.P.: Traczyk M., Promocja i informacja turystyczna – wybrane zagadnienia, Instytut Turystyki, Kraków 1999.
- Polski system informacji turystycznej, opr. Gordon A., Kuncze R., Piotrowski J.P., Szmytke R., Tekieli B., Walasek J., Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa 2004.

PODMIOTY/PARTNERZY PROMOCJI

1. Strona internetowa ALMAMER Wyższej Szkoły Ekonomicznej
2. Mazowiecka Regionalna Organizacja Turystyczna – partner/współorganizator
3. Stołeczne Biuro Turystyki
4. Zarząd Główny PTTK
5. Portal POT – Zarabiaj na turystyce
6. Lokalne organizacje turystyczne
7. Wybrane urzędy miast i gmin i starostwa Mazowska

Opracował: mgr Jan Paweł PIOTROWSKI
Akceptował: dr Zygmunt JAŃCZYK