



Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

Katedra: Ekonomiki Turystyki

Zakład: Hotelarstwo



Nazwa przedmiotu

Produkt Turystyczny

Osoby prowadzące przedmiot:

1. Dróżdż , Remigiusz, doktor

Temat zajęć

Wprowadzenie do problematyki zajęć

- pojecie marki produktu
- specyfikacja marki produktu turystycznego
- produkt turystyczny
- kreowanie marki produktu
- markowe produkty turystyczne
- wpływ markowych produktów na rozwój gospodarczy



Temat zajęć

pojęcie marki , specyfikacja marki
produktu turystycznego i hotelarskiego

- specyfikacja marki produktów turystycznych i hotelowych
- segmentacja produktu turystycznego
- cechy i kryteria segmentacji
- ocena atrakcyjności segmentu
- strategia wyboru rynku docelowego
- pozycjonowanie produktu turystycznego



Temat zajęć produkty turystyczne , pakiety turystyczne a formy turystyki-kreowanie marki produktu

- analiza SWOT
- konkurencja
- przygotowanie oferty
- sprzedaż i dystrybucja
- budowa kanałów dystrybucji
- narzędzia dystrybucji
- systemy rozwoju produktów turystycznych



Temat zajęć

markowe produkty turystyczne polski i województw

- formy prawne turystycznych grup marketingowych
- organizacje zarządzane obszarami turystycznymi
- Partnerstwo Publiczno Prawne
- sprzedaż własnego produktu turystycznego
- miejsce dystrybucji w systemie planowania marketingowego
- uczestnicy kanałów dystrybucji
- funkcje kanałów dystrybucji



Temat zajęć

markowe produkty turystyczne a rozwój społeczno-gospodarczy kraju i regionu

- markowe produkty turystyczne Polski
- markowe produkty turystyczne województw
- analiza strategii rozwoju produktów turystycznych
- wpływ produktów na rozwój społeczno-gospodarczy
- funkcje stymulujące podejmowanie wyzwań kreowania nowych marek



Temat zajęć

czynniki ludzkie i obsługa klienta w tworzeniu marki produktu turystycznego

- czynnik ludzki w tworzeniu produktu turystycznego
- obsługa klienta w promocji produktu turystycznego
- przygotowanie zawodowe pracowników liniowych
- inicjatywa i kreatywność
- ukierunkowanie i świadomość pracowników
- ważne postacie i osobowości jako markowe produkty turystyczne



Temat zajęć rozwój produktu markowego w turystyce uzdrowskiej w Polsce

- uzdrowiska jako produkt turystyczny
- markowe produkty uzdrowskie
- znaczenie produktów uzdrowskich w turystyce
- rozwój produktów uzdrowskich w Polsce
- promocja produktów uzdrowskich
- ekonomiczne i organizacyjne aspekty rozwoju Turystyki uzdrowskiej



Temat zajęć

turystyka kulturowa jako obszar kształtowania produktów markowych

- obiekty przemysłowe jako produkt turystyczny
- obszary chronione produktem turystycznym
- browary regionalne produktem turystycznym
- kuchnia regionalna jako produkt turystyczny
- oscypek jako markowy produkt regionalny
- wino jako produkt regionalny
- regiony jako naturalny produkt turystyczny
- muzea, festiwale, postacie i kultura jako produkty turystyczne



Temat zajęć specyfika marketingu produktów markowych na rynku turystycznym

- promocja produktów turystycznych
- konkurencyjność produktów turystycznych
- dostępność informacyjna jako element kształtowania konkurencyjności produktu turystycznego
- tworzenie klastrów w sektorze turystycznym
- życie, rozwój i śmierć produktu turystycznego
- wprowadzanie produktu na rynek usług turystycznych



Temat zajęć produkty wielkich sieci hotelowych i ich znaczenie dla rozwoju Turystyki w Świecie

- rodzaje produktów hotelowych
- sieci i grupy hotelowe jako produkty turystyczne
- usługi dodatkowe w hotelach – jako pożądaný produkt
- wellness i spa jako innowacyjny produkt turystyczny
- zamki , pałace i dwory jako historyczne produkty turystyczne
- turystyczne produkty zdrowotne w hotelach



Bibliografia

Rapacz A. Gospodarka turystyczna w regionie. Jeremen Press. Jelenia Góra 2007

Panasiuk A. Markowe produkty turystyczne. WNU. Szczecin 2005

Yale P. Działalność touroperatorów. Wiedza i życie. Warszawa 2001

Marciszewska B. Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń. CH.Beck. 2010