

PRZEDMIOT					
Nazwa: Kompetencje miękkie					
Liczba godzin			8		
Miejsce realizacji zajęć			W sali* W terenie (gdzie)..... W obiekcie (jakim) Inne		
Możliwość formy zdalnej			Tak * Nie		
Typ przedmiotu:	Wykład	Konwersatorium *	Ćwiczenie	Warsztat *	zajęcia terenowe

*Typ przedmiotu: zaznacz właściwe

Uwagi:

Wymagania wstępne: brak

Cel przedmiotu: Określenie tego, co ma zostać osiągnięte w ramach przedmiotu Przekazanie studentom wiedzy umożliwiającej nabycie umiejętności rozumienia znaczenia procesów psychologicznych w turystyce. Zaznajomienie się z wiedzą dotyczącą zasad komunikacji interpersonalnej. Opanowanie pojęć dotyczących aktu komunikacji i strategii interpersonalnych. Umiejętność sprawnego komunikowania się jak i zarządzania komunikacją w grupie. Umiejętność świadomego i odpowiedniego reagowania w różnych sytuacjach komunikacyjnych. Zaznajomienie się z wiedzą dotyczącą zasad komunikacji społecznej. Opanowanie pojęć dotyczących form, typów, modeli komunikowania się oraz strategii komunikacyjnych. Umiejętność sprawnego komunikowania się jak i zarządzania komunikacją w grupie. Nabycie wiedzy nt. komunikacji w mediach, w tym społecznościowych.

Treści kształcenia przedmiotu

1. Turystyka jako zjawisko wieloaspektowe, psychologiczne i społeczne
2. Cechy pracownika turystyki,
3. definicja potrzeby, preferencji, motywacji, rytuału i ich znaczenie w obsłudze ruchu turystycznego,



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



4. Cechy grupy turystycznej,
5. Wpływ turystyki na społeczności lokalne,
6. Podstawy komunikacji interpersonalnej
7. Zasady skutecznej komunikacji,
8. Podstawy komunikacji społecznej
9. Media społecznościowe
10. Obsługa turystów z różnych obszarów kulturowych

Efekty kształcenia :

Student uzyskuje i potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu komunikacji w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa turystycznego. Posiada świadomość, że turystyka jest zjawiskiem wieloaspektowym, co przekłada się zarówno na proces zarządzania firmą jak kwestie pozyskiwania klientów i obsługi ruchu turystycznego

Wiedza:

PSEdTP_W01	wyjaśnia miejsce turystyki wśród innych nauk	P6S_WG
PSEdTP_W03	omawia wpływ oddziaływania na człowieka turystyki w okresie po zakończenia pandemii COVID-19 (aspekt biologiczny, zdrowotny i społeczny)	P6S_WG
PSEdTP_W09	omawia najważniejsze pojęcia używane w turystyce	P6S_WG

Umiejętności:

PSEdTP_U03	potrafi stworzyć produkt turystyczny uwzględniający osoby ze specjalnymi potrzebami	P6S_UW
PSEdTP_U04	integruje wiedzę z różnych dyscyplin nauk humanistycznych i społecznych dotyczącą turystyki	P6S_UW
PSEdTP_U14	bierze udział w debacie, przedstawiając i oceniając różne opinie	P6S_UK
PSEdTP_U15	współdziała z innymi osobami w ramach prac zespołowych	P6S_UK

Kompetencje:



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie



PSEdTP_K01	rozumie potrzebę uczenia się i rozwoju osobistego przez całe życie	P6S_KK
PSEdTP_K05	potrafi podejmować działania kulturalne na rzecz interesu publicznego	P6S_KO
PSEdTP_K07	jest świadomy odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju i Europy	P6S_KR
PSEdTP_K08	organizuje i kieruje pracą ludzi w propagowaniu zasad zachowania się w sytuacji zagrożenia o charakterze terrorystycznym w środowisku pracy i poza nim	P6S_KR
PSEdTP_K04	potrafi współpracować z twórcami, animatorami i odbiorcami kultury oraz uczestniczyć w projektach społeczno-kulturalnych	P6S_KO

Metody i narzędzia dydaktyczne:

1. Wykład 2 Prezentacja multimedialna 3 Dyskusja problemowa 4 Pogadanka

Pomoce dydaktyczne: Materiały audiowizualne

Sposoby sprawdzania i warunki zaliczenia:

1. Obecność na zajęciach 2. Przygotowanie na zajęcia 3. Aktywność podczas zajęć 4. Prezentacja

Bibliografia: 2. Literatura podstawowa 1. Winiarski R., Zdebski J., Psychologia turystyki, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2008 2. Kozioł L., Typologia czynników motywujących do podróżowania, „Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie”, t. 20, nr 1, czerwiec 2012 s.87. 3. Rheinberg F., Psychologia motywacji, Kraków 2006. 4. Wilson E, Akert T. D., Psychologia społeczna - Serce i Umysł Aronson, Poznań 1994. 5. Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, Kraków 2006, 6. Stewart J., Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej, Warszawa 2005, 7. Aronson E., Człowiek istota społeczna, Warszawa 2009. 3. Literatura uzupełniająca 1. Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi, Gdańsk 2008 2. Schulz von Thun F., Sztuka rozmawiania, Kraków 2005, 3. Pease A., Mowa ciała. Jak odczytywać myśli innych ludzi z ich gestów, Kielce 2005 4. Źródła internetowe 1. Media społecznościowe, przykłady stosowania przez branżę turystyczną, atrakcje turystyczne, etc. 2. Filmy, materiały video



Uniwersytet Papieski
Jana Pawła II
w Krakowie

