

**Latvijas Biozinātņu un tehnoloģiju universitātes
Malnavas koledža
Studiju kursa apraksts pilna un nepilna laika studējošiem**

Studiju kursa nosaukums	TŪRISMA PRODUKTU IZSTRĀDE UN ATTĪSTĪBA
Studiju kursa nosaukums (angļu valodā)	TOURISM PRODUCT DEVELOPMENT
Studiju programmas līmenis	Īsā cikla profesionālā augstākā izglītība
LKI līmenis	5
Kvalifikācijas līmenis	5
Kredītpunkti	7
Studiju kursa izstrādātājs	Mg.oec. Marta Eglīte, Mg.oec. Jeļena Kijaško, Mg.oec. Iveta Dembovska

Studiju kursa kalendārs

Studiju forma	Kopējais stundu skaits	Kontaktstundas			Patstāvīgā darba stundas	Kalendārs (semestris)
		kopā	no tām lekcijas	no tām praktiskās nodarbības		
Pilna laika studijas	189	76	38	38	113	3
Nepilna laika studijas	189	38	19	19	151	4

Prasības studiju kursa apguves uzsākšanai: Tūrisma uzņēmējdarbība, resursu plānošana un pārvaldība, Tūrisms lauku teritorijās

Studiju kursa mērķis: sniegt studentiem zināšanas un praktiskas iemaņas tūrisma produktu plānošanā, izstrādē un attīstīšanā, akcentējot vietējo resursu izmantošanu, inovācijas un ilgtspējīgas pieejas nozīmi. Tiek analizēti tirgus pieprasījuma un mērķa grupu aspekti, tūrisma pieredzes dizains un viedo tehnoloģiju integrācija produktu attīstībā.

Studiju kursa plāns un saturs

Nr. p. k.	Studiju kursa saturs	Kontaktstundu skaits un veids			
		Pilna laika studijas		Nepilna laika studijas	
		Lekcija	Praktiskās nodarbības	Lekcijas	Praktiskās nodarbības
1.	Tūrisma produkta jēdziens un struktūra	4	4	2	2
2.	Vietējo resursu un autentiskuma izmantošana produktu veidošanā	6	6	3	3

3.	Mērķa grupu un tirgus vajadzību izpēte	6	6	3	3
4.	Produktu attīstīšanas posmi: ideju ģenerēšana, testēšana, ieviešana tirgū; Tūrisma produktu mārketinga	10	10	5	5
5.	Pieredzes dizains un stāstniecība tūrisma produktā.	2	2	1	1
6.	Inovācijas un digitālo risinājumu pielietošana tūrisma produktu izstrādē	6	6	3	3
7.	Ilgspējīgi risinājumi produktu attīstībā (ekotūrisms, "slow tourism" u.c.).	4	4	2	2

Studējošā patstāvīgais darbs

Nr. p. k	Patstāvīgā darba veids	Patstāvīgā darba uzdevumi
1.	Mērķa grupu un tirgus vajadzību izpēte	Izpētīt un analizēt ceļotāju demogrāfiskos datus, uzvedības iezīmes, ceļošanas paradumus, vēlmes un vajadzības
2.	Jauna tūrisma produkta izstrāde	Izstrādāt jauna tūrisma produktu, kura pamatā ir vietējie resursi un autentiskums
3.	Ilgspējīga tūrisma produktu attīstība	Izstrādāt ideju ilgtspējīgam tūrisma produktam, kas izmanto digitālus risinājumus un atbilst ekotūrisma v "slow tourism" principiem.

Studiju kursa metodes: Lekcija, prezentācija, diskusijas, grupu darbi, situāciju un piemēru analīze, projekta darbs.

Prasības kursa apguvei: Nodarbību apmeklējums (80%) un aktīva līdzdalība, piedalīšanās diskusijās, savlaicīga un kvalitatīva patstāvīgo darbu izpilde. Sekmīgas prezentācijas un eksāmens. Kumulatīvais vērtējums 10 ballu sistēmā:

1. Eksāmens – 50%.
2. Darbs nodarbībās – 50%, kas ietver:
 - prezentācija- 10%;
 - patstāvīgie darbi- 30%;
 - 2. kontroldarbi – 10%.

Noslēguma pārbaudījums: Eksāmens.

Plānotie studiju rezultāti

Studiju programmas studiju rezultāti	Studiju kursa plānotie studiju rezultāti studiju programmas studiju rezultātu sasniegšanai (studējošais kursa noslēgumā zina, prot, spēj)	Studiju rezultātu pārbaudes forma
<p>Z1 Saprot uzņēmējdarbības, ekonomikas un mārketinga principus, to pielietojumu tūrisma produktu izstrādē, pozicionēšanā un konkurētspējas paaugstināšanā lauku reģionos.</p> <p>P1 Prot izstrādāt inovatīvas tūrisma programmas un kompleksus produktus lauku teritorijām, pielietojot klientu segmentācijas, ceļojumu ģeogrāfijas, vietējās identitātes, resursu pārvaldības un sezonāluma analīzes principus.</p> <p>P2 Prot plānot un organizēt pasākumus – seminārus, tikšanās, saietus u.c., veicinot sociālo funkciju un kopienas līdzdalību tūrisma vietās kā starppersonu komunikācijas un sadarbības platformās.</p> <p>K1 Spēj patstāvīgi plānot un organizēt tūrisma pakalpojumu izveidi un ieviešanu, izvērtējot tirgus tendences, vietējo kopienu vajadzības, mērķauditorijas vajadzības un pieejamos resursus, sekmējot reģionālo attīstību un tūrisma eksportu.</p> <p>K2 Spēj kritiski izvērtēt un pielāgot tūrisma pakalpojumu konkurētspējai tirgū, savlaicīgi aktualizējot izmaiņas piedāvājumā, aprakstos, vizuālajos materiālos, cenās un informācijas kanālos.</p>	<p>Zināšanas.</p> <p>Z1-Zina savas uzņēmējdarbības modeli un pielāgot plānus izvirzīto mērķu sasniegšanai pārmaiņu apstākļos.</p> <p>Z2-Zina tūrisma produkta izstrādes un attīstības procesa posmus</p> <p>Prasmes.</p> <p>P1-Prot sagatavot priekšlikumus tūrisma pakalpojumu un papildpakalpojumu piedāvājumam.</p> <p>P2-Prot izvērtēt sagatavotā tūrisma pakalpojuma konkurētspēju.</p> <p>P3- Prot atbildīgi un kompetenti sadarboties ar tūrisma pakalpojumu piegādātājiem/sadarbības partneriem.</p> <p>Kompetences.</p> <p>K1-Spēj segmentēt klientus, ņemot vērā dažādus pakalpojumu nosacījumus un citus faktorus.</p> <p>K2-Spēj izveidot tūrisma pakalpojumu programmu, ievērojot loģiku un tendences tūrisma pakalpojumu tirgū.</p>	<p>Praktiskie darbi, kontroldarbs</p> <p>Nodarbību apmeklēšana, aktīvu līdzdalība diskusijās, Praktiskie darbi</p> <p>Nodarbību apmeklēšana un aktīva līdzdalība diskusijās, praktisko darbu izstrāde</p>

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji, sasniegšanas pakāpes vērtēšana

Apguves līmenis	Balle	Skaidrojums
Ļoti augsts	10	Zināšanas, kas pārsniedz noslēguma darba prasības, liecina par patstāvīgiem pētījumiem, par problēmu dziļu izpratni
Ļoti augsts	9	Pilnā mērā atklāj jautājumu, uzrāda prasmi patstāvīgi spriest par jautājumā ietvertās problemātikas attīstību, pielietot iegūtās zināšanas praktiskajā analīzē

Augsts	8	Pilnā mērā atklāj jautājumu, taču reizēm trūkst dziļākas izpratnes un spējas zināšanas patstāvīgi piemērot jautājumā ietvertās problemātikas tālākās attīstības izvērtējumā
Augsts	7	Atklāj jautājuma būtību, taču vienlaikus konstatējami arī atsevišķi mazāk svarīgi trūkumi jautājuma pamatojumā
Vidējs	6	Atklāj jautājuma būtību, taču vienlaikus konstatējami kāda atsevišķa būtiska aspekta nepietiekoši dziļa izpratne
Vidējs	5	Visumā atklāj jautājuma būtību, kaut arī konstatējama nepietiekami dziļa izpratne problemātikā, neskaidrības personiskā viedokļa formulējumā
Vidējs	4	Kopumā apgūts kurss, tomēr konstatējama nepietiekama dažu pamatkonceptu izpratne, ir ievērojamas grūtības iegūto zināšanu praktiskā izmantošanā

Studiju kursa pamatliteratūra

1. Lingeberziņš, Ē. (2017) Tūrisma uzņēmuma vadīšana kultūras atšķirību kontekstā. Biznesa augstskola Turība.
2. Milakovič, I.K., Pronja, I. (2024) Specialised Tourism Products: Development, Management and Practise. Emerald Group Publishing.
3. Roberts, L., Hall, D., Morag, M. (2017). New directions in Rural Tourism. London, Roudledge
4. Sampson, Ch. (2016) Rural Tourism. Discovery publishing house

Studiju kursa papildus literatūra

1. Matilainen, A., Lanhdsmaki, M. Guidebook for rural Lifestyle destination and product development. University of Helsinki Ruralia Institute
2. Tubic, D. (2022) Rural Tourism: quality, sustainability, inclusiveness. Veleučilišće u Virovitici
3. Mair, H. (2023) Handbook on Tourism and Rural Community Development. University of Waterloo, Canada, 460p.
4. Lane, B., Kastenholz, E. (2018) Rural Tourism: New Concepts, New Research, New Practice. Roudledge, 296 p.