

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2022/2023

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu	Strategie marketingowe
2. Nazwa kierunku	Turystyka i Rekreacja
3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia
4. Liczba punktów ECTS	3

5. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
IV		15				

6. Język wykładowy polski

7. Wykładowca

Agnieszka Kozak - dr

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu marketingu
2. Podstawowa wiedza z zakresu podstaw zarządzania, nauk o organizacji

9. Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie z podstawowymi pojęciami i definicjami strategii oraz terminologią strategii marketingowych

C2 Wskazanie na istotę i rodzaje strategii marketingowych stosowanych w przedsiębiorstwach turystycznych

C3 Wykształcenie umiejętności projektowania strategii marketingowej w obrębie podstawowych narzędzi marketingowych

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
------------------------------------	---

WIEDZA

EU01	Zna i rozumie wiedzę o poglądach i relacjach między strukturami instytucji społecznych oraz rodzajach więzi społecznych i ich historycznej ewolucji w skali krajowej międzynarodowej i międzykulturowej	K_W04
EU02	Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę o strukturze i funkcjach systemu prawnego, społecznego, gospodarczego, jego celach, organizacji i funkcjonowaniu przepisów organizacyjnych	K_W09
EU03	Zna i rozumie szczegółowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	K_W10

UMIEJĘTNOŚCI

EU04	Potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę teoretyczną i praktyczną w określonych obszarach funkcjonalnych i być specjalistą w tym zakresie (w powiązaniu ze studiowaną	K_U01
------	--	-------

	specjalnością)	
EU05	Potrafi wykazywać umiejętność merytorycznego argumentowania, formułowania wniosków oraz tworzenia syntetycznych podsumowań wykorzystując poglądy własne oraz innych autorów	K_U11
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EU06	Jest gotów do podejmowania wyzwań zawodowych i osobistych	K_K05
EU07	Jest gotów do pogłębiania poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego	K_K07
11. Treści programowe		
Forma zajęć – ćwiczenia		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Znaczenie i główne podejścia do strategii. Istota i rola strategii w działaniu firmy. 2. Determinanty wyboru strategii. 3. Analiza firmy i rynku (macierz Ansoffa, SWOT, metody portfelowe). 4. Proces segmentacji i wybór rynku docelowego. 5. Wybór instrumentów marketingowych. 6. Strategia produktu. 7. Strategia marki, personelu, strategia ceny , sprzedaży, dystrybucji, promocji. 		
12. Narzędzia/metody dydaktyczne		
1. Prezentacje multimedialne		
2. Filmy dydaktyczne		
3. Rozwiązywanie problemów		
4. Konsultacje		
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)		
1. Ocena przygotowania do zajęć – udział w dyskusji		
2. Kolokwium międzysemestralne		
3. Zaliczenie końcowe z oceną		
14. Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje		20
2. Nakład pracy studenta		55
suma		75
liczba punktów ECTS		3
15. Literatura		
Literatura podstawowa:		
1. Mruk H. (red), <i>Strategie marketingowe</i> , Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, 2002		
2. Wrzosek W. (red), <i>Strategie marketingowe</i> , PWE, 2004		
3. Garbarski L. (red), <i>Marketing: koncepcja skutecznych działań</i> , PWE, Warszawa, 2011		
4. Jaworowicz P., Jaworowicz M., <i>Event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej</i> , Difin, Warszawa 2016		
Literatura uzupełniająca:		
1. Johann M. <i>Strategie marketingowe w turystyce</i> , wyd. Difin, Warszawa, 2009		
2. <i>Marketing w praktyce</i>		
3. „Świat marketingu”		
16. Formy oceny – szczegóły		
Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu - zaliczenie końcowe z oceną		
Procentowy podział ocenianych efektów w kategoriach: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne: W-60 %, U- 30%, K-10%		

<p>Zaliczenie pisemne z treści ćwiczeń:</p> <p>-czas trwania -40 minut</p> <p>-5 pytań problemowych/opisowych</p> <p>Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% pozytywnych odpowiedzi.</p> <p>Punktacja- każde pytanie oceniane jest w skali od 0 do 1 pkt.</p> <p>Maksymalnie można uzyskać 5 pkt., a minimalnie 3 pkt.</p> <p>- 0- 2,9 pkt. – niedostateczny (2,0)</p> <p>- 3,0 – 3,4 pkt. – dostateczny (3,0)</p> <p>-3,4 – 3,9 pkt. - dostateczny plus (3,5)</p> <p>-4,0 – 4,4 pkt. - dobry (4,0)</p> <p>-4,5 – 4,9 pkt. - dobry plus (4,5)</p> <p>-5,0 pkt.- bardzo dobry (5,0)</p> <p>Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest uzyskanie 60% pozytywnych odpowiedzi.</p> <p>Ocenę końcową stanowi średnia arytmetyczna wszystkich uzyskanych ocen oraz obserwacja studenta, zaangażowania i pracy w ciągu semestru.</p>
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Białskiej im. Jana Pawła II
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem