

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2023/2024

- STUDIA NIESTACJONARNE

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu

Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych

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 |
|---------|---|----|---------|--------|-----|-----|
| I | 9 | 18 | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

6. Język wykładowy polski

7. Wykładowca

Agnieszka Kozak - dr

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. Znajomość podstaw kategorii pojęciowych z zakresu turystyki

2. Znajomość podstaw marketingu

9. Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie z terminologią marketingu usług turystycznych i rekreacyjnych

C2 Zapoznanie ze specyfiką marketingu przedsiębiorstw usługowych

C3 Wykształcenie umiejętności planowania podstawowych narzędzi marketingowych przedsiębiorstw turystycznych

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

Student, który zaliczył przedmiot:

odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się

WIEDZA

| | | |
|------|---|-------|
| EU01 | W pogłębionym stopniu zna i rozumie oraz wyjaśnia zjawiska społeczne, humanistyczne, ścisłe i przyrodnicze oraz nauk o kulturze fizycznej | K_W01 |
|------|---|-------|

| | | |
|------|---|-------|
| EU02 | W pogłębionym stopniu zna i rozumie terminologię w zakresie nauk społecznych, humanistycznych, ścisłych i przyrodniczych oraz nauk o kulturze fizycznej | K_W02 |
|------|---|-------|

| | | |
|------|--|-------|
| EU03 | Zna i rozumie zakres wybranych metod, technik i narzędzi badawczych stosowanych w zakresie nauk społecznych, humanistycznych, ścisłych i przyrodniczych oraz nauk o kulturze fizycznej | K_W11 |
|------|--|-------|

UMIEJĘTNOŚCI

| | | |
|------|--|-------|
| EU04 | Potrafi wykorzystać uporządkowaną, pogłębioną i rozszerzoną wiedzę specjalistyczną do współpracy z innymi obszarami funkcjonalnymi w typowych sytuacjach profesjonalnych | K_U02 |
|------|--|-------|

| | | |
|---|--|---------------|
| EU05 | Potrafi dokonywać obserwacji, diagnozowania, racjonalnego oceniania złożonych sytuacji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych oraz związanych z kulturą fizyczną) | K_U03 |
| EU06 | Potrafi współdziałać w planowaniu i realizacji zadań badawczych | K_U08 |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | |
| EU07 | Jest gotów do podejmowania wyzwań zawodowych i osobistych | K_K05 |
| EU08 | Jest gotów do pogłębiania poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego | K_K07 |
| 11. Treści programowe | | |
| Forma zajęć – wykłady | | |
| 1) Podstawy teorii marketingu usług turystycznych i rekreacyjnych 2) Rynek usług turystycznych i rekreacyjnych 3) Zachowania klientów na tym rynku 4) Elementy marketingu-mix (5P) 5) Markowy produkt turystyczny 6) Nowoczesne instrumenty komunikacji marketingowej 7) Marketing relacji w turystyce i rekreacji 8) Badania marketingowe i tworzenie strategii marketingowych w przedsiębiorstwach turystycznych i rekreacyjnych | | |
| Forma zajęć – ćwiczenia | | |
| 1) Podstawowe wiadomości o marketingu 2) Marketing MIX 3) Produkt, cena, dystrybucja, promocja, personel przedsiębiorstwa turystycznego 4) Segmentacja rynku 5) Badania marketingowe 6) Zarządzanie marketingowe (formułowanie strategii marketingowej, analiza SWOT, misja przedsiębiorstwa turystycznego, cele przedsiębiorstwa turystycznego, wybrane strategie marketingowe, plan marketingowy) | | |
| 12. Narzędzia/metody dydaktyczne | | |
| 1. Dyskusja, quizy | | |
| 2. Rozwiązywanie problemu | | |
| 3. Prezentacja multimedialna, konsultacje | | |
| 13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe) | | |
| 1. Prezentacja multimedialna | | |
| 2. Obecność i aktywność na zajęciach | | |
| 3. Kolokwium sprawdzające wiedzę | | |
| 4. Egzamin, zaliczenie z oceną | | |
| 14. Obciążenie pracą studenta | | |
| Forma aktywności | | liczba godzin |
| 1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje | | 37 |
| 2. Nakład pracy studenta | | 38 |
| suma | | 75 |
| liczba punktów ECTS | | 3 |
| 15. Literatura | | |
| Literatura podstawowa: | | |
| 1. Marketing usług turystycznych, red. A. Panasiuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013 | | |

| |
|---|
| 2. Oleksiuk A., Marketing usług turystycznych, Difin, Warszawa 2009 |
| 3. Marketing usług turystycznych, red. Danuta Dudkiewicz, Wyższa Szkoła Ekonomiczna „Almamer”, Warszawa 2009 |
| Literatura uzupełniająca: |
| 1. Altkorn J., Marketing w turystyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa |
| 2. Renata Tylińska, Marketing usług turystycznych kwalifikacja T.14 technik obsługi turystycznej Warszawa, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 2018. |
| 16. Formy oceny – szczegóły |
| <p>Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: zajęcia kończą się egzaminem i zaliczeniem z oceną</p> <p>Procentowy podział ocenianych efektów w kategoriach wiedza, umiejętności, kompetencje: W – 60%, U – 35%, K – 5%</p> <p>Zaliczenie pisemne (egzamin) sprawdzające wiedzę studenta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Czas trwania 60 minut - 5 pytań problemowych/opisowych. - Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% pozytywnych odpowiedzi. - Punktacja – każde pytanie oceniane jest w skali od 0 do 1 pkt. Maksymalnie można uzyskać 5 pkt., minimalnie 3pkt. <ul style="list-style-type: none"> • 0 – 2,9pkt - niedostateczny (2,0) • 3,0 – 3,4 dostateczny (3,0) • 3,4 – 3,9 dostateczny plus (3,5) • 4,0 – 4,4 dobry (4,0) • 4,5 – 4,9 dobry plus (4,5) • 5,0 bardzo dobry (5,0) <p>Kolokwium w formie testu wyboru (30 pytań). Oceny w zależności od ilości prawidłowych odpowiedzi:</p> <p>Punktacja (za każde pozytywne wskazanie 1 punkt), max: 30 pkt min: 20 pkt</p> <p>< 9 – 2.0 (niedostateczny)</p> <p>21-22 – 3.0 (dostateczny)</p> <p>23-24 – 3.5 (dość dobry)</p> <p>25-26 – 4.0 (dobry)</p> <p>27-28 – 4.5 (ponad dobry)</p> <p>29-30 – 5.0 (bardzo dobry)</p> <p>Ponadto, w trakcie semestru student (-ka) może zdobyć maksymalnie 10 punktów. Zdobyte punkty odzwierciedlają stopień aktywności studenta (-ki) na zajęciach, poprzedzone opracowaniem, wskazanego wcześniej przez prowadzącego, materiału.</p> <p>Odpowiednia ilość punktów odpowiada ocenie częściowej:</p> <p><2 – 2.0 (niedostateczny)</p> <p>4-3 – 3.0 (dostateczny)</p> <p>6-5 – 3.5 (dość dobry)</p> <p>8-7 – 4.0 (dobry)</p> <p>10-9 – 4.5 (ponad dobry)</p> <p>11 – 5.0 (bardzo dobry)</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 lub online |
| 3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć |
| 4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem |