

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje ogólne

| | |
|---|--|
| Nazwa przedmiotu i kod (wg planu studiów): | Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych, D1.09 |
| Nazwa przedmiotu (j. ang.): | Marketing in Travel and Tourism |
| Kierunek studiów: | Turystyka i rekreacja |
| Specjalność/specjalizacja: | Manager w turystyce i rekreacji |
| Poziom kształcenia: | studia I stopnia |
| Profil kształcenia: | praktyczny (P) |
| Forma studiów: | studia stacjonarne |
| Koordinator przedmiotu: | dr Rafał Kapica |

2. Ogólna charakterystyka przedmiotu

| | |
|--|---|
| Przynależność do modułu: | specjalnościowy |
| Status przedmiotu: | Do wyboru |
| Język wykładowy: | polski |
| Rok studiów, semestr: *) | III, 5 |
| Forma i wymiar zajęć według planu studiów: | wykład 15 h, ćw. audytoryjne 15 h |
| W przypadku studiów międzyobszarowych stosunek procentowy tych obszarów w ocenie koordynatora (efekty kształcenia wymienione w punkcie 5 powinny odzwierciedlać te relacje, należy więc wymienić odpowiednie efekty obszarowe): | 75% - obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej 25% - obszar nauk społecznych |
| Interesariusze i instytucje partnerskie (nieobowiązkowe) | |
| Wymagania wstępne / Przedmioty wprowadzające: | Przedmioty wprowadzające: Podstawy turystyki, Obsługa ruchu turystycznego |

3. Bilans punktów ECTS

| | | | |
|---|---------------------------------|-------------|----------------|
| Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B) | 3 | | |
| | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| A. Liczba godzin wymagających bezpośredniego | Wykład Ćwiczenia audytoryjne | 15 15 | |

| | | | |
|--|---|----------------|--|
| udziału nauczyciela z podziałem na typy zajęć oraz całkowita liczba punktów ECTS osiąganych na tych zajęciach: | Konsultacje | 1 | |
| | Testy, kolokwia | 1 | |
| | Egzamin | 1 | |
| | w sumie: ECTS | 33 1 | |
| B. Poszczególne typy zadań do samokształcenia studenta (niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela) wraz z planowaną średnią liczbą godzin na każde i sumaryczną liczbą ECTS: | Przygotowanie do ćwiczeń | 20 | |
| | Praca w sieci | 10 | |
| | Praca nad prezentacją lub projektem | 10 | |
| | Przygotowanie do egzaminu | 10 | |
| w sumie: ECTS | 50 2 | | |
| C. Liczba godzin praktycznych / laboratoryjnych w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS: | w sumie: ECTS | | |
| D. W przypadku studiów międzyobszarowych procent punktów ECTS przyporządkowanych obu obszarom (zgodnie z p. 2) | 75% ECTS - obszar nauk medycznych i nauk o zdrowiu oraz nauk o kulturze fizycznej | 2 | |
| | 25% ECTS - obszar nauk społecznych | 1 | |

4. Opis przedmiotu

| | |
|----------------------------|---|
| Cel przedmiotu: | Kształtowanie umiejętności w zakresie rozpoznawania i zaspokajania potrzeb docelowego nabywcy. Kształtowanie umiejętności prowadzenia skutecznej promocji i stosowania technik sprzedaży w warunkach silnej konkurencji |
| Metody dydaktyczne: | podające - wykład problemowe – dyskusja dydaktyczna eksponujące – pokaz |
| Treści kształcenia: | Wykłady: 1. Istota, cele i zasady marketingu. Usługi turystyczne jako produkt. Jakość usług turystycznych. Marka turystyczna. 2. Planowanie marketingowe. Marketing-mix i marketing terytorialny w turystyce. Strategia produktu. 3. Kształtowanie cen produktu. Czynniki wpływające na kształtowanie cen. 4. Dystrybucja usług turystycznych. System i kanały dystrybucji. 5. Promocja usług turystycznych. 6. Potrzeby i motywy klientów na rynku usług turystycznych. 7. Badania marketingowe na rynku usług turystycznych. Istota i cel badań. Efektywność badań. Ćwiczenia: 1. Determinanty kształtujące produkt turystyczny w biurze podróży. 2. Charakterystyka produktu turystycznego wybranej miejscowości - prezentacje własne studentów. 3. Problemy promocji na przykładzie wybranych podmiotów na rynku usług turystycznych – prezentacje własne studentów. |

| | |
|--|--|
| | <p>4. Promocja sprzedaży usług, środki promocji. Szczególna rola internetu w sprzedaży usług turystycznych.</p> <p>5. Marketing bezpośredni i jego zastosowanie w turystyce.</p> <p>6. Typologia zachowań konsumentów usług turystycznych.</p> <p>7. Badanie marketingowe. Metody i techniki. Projektowanie narzędzia badań.</p> |
|--|--|

5. Efekty kształcenia i sposoby weryfikacji

| Efekt przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot (spełnił minimum wymagań) | Efekt kierunkowy | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji efektów kształcenia (forma zaliczeń) |
|------------------|---|------------------|---------------------------|---|
| D1-9_W_01 | w zakresie wiedzy: 1. Zna podstawową terminologię z zakresu marketingu | K_W05 | W/ćw. | Egzamin, kolokwium |
| D1-9_W_02 | 2. Ma podstawową wiedzę o ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania instytucji turystycznych i rekreacyjnych | K_W10 | W/ćw. | Egzamin, projekt |
| D1-9_U_01 | w zakresie umiejętności: 1. Potrafi identyfikować potrzeby klientów w turystyce i rekreacji | K_U04 | W/ćw. | Projekt, obserwacja |
| D1-9_U_01 | 2. Posiada umiejętność opracowania i prezentowania wyników własnych działań | K_U09 | W/ćw. | w dyskusji |
| | w zakresie kompetencji społecznych: | | | |

6. Sposób obliczania oceny końcowej

Ocena końcowa przedmiotu jest średnią arytmetyczną oceny wystawionej z ćwiczeń oraz oceny z egzaminu

7. Zalecana literatura

| | |
|----------------------------------|--|
| Literatura podstawowa: | <ol style="list-style-type: none"> Panasiuk A., (red), <i>Marketing usług turystycznych</i>, PWN Warszawa 2011 Piotrowski J.P., Traczyk M., <i>Promocja i informacja turystyczna</i>, AVSI i Instytut Turystyki, Kraków 1999 Holloway J.Ch., <i>Marketing w turystyce</i>. PWE, Warszawa 1997 |
| Literatura uzupełniająca: | <ol style="list-style-type: none"> Yale P., <i>Działalność touroperatorska</i>. Wyd. Wiedza i życie 2001 Rapacz A., (red), <i>Przedsiębiorstwo turystyczne</i>. Wyd. Difin, Warszawa 2007 |

8. Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)

| | |
|---------------------------|-------------------------|
| Forma aktywności studenta | Obciążenie studenta [h] |
|---------------------------|-------------------------|

| | |
|---------------------------------------|----------|
| Wykład | 15 |
| Ćwiczenia audytoryjne | 15 |
| Konsultacje | 1 |
| Testy, kolokwia | 1 |
| Egzamin | 1 |
| Przygotowanie do ćwiczeń | 20 |
| Praca w sieci | 10 |
| Praca nad prezentacją lub projektem | 10 |
| Przygotowanie do egzaminu | 10 |
| Sumaryczne obciążenie pracą studenta | 83 |
| Punkty ECTS za moduł/przedmiot | 3 |
| 9. Uwagi | |
| | |

***) Uwaga: w przypadku przedmiotów/modułów trwających więcej niż jeden semestr należy rozpisać semestralnie punkty 3, 4, 5, 6, 8**