

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022						
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	15	15				
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	Student w pogłębionym stopniu zna i wyjaśnia zjawiska społeczne i ekonomiczne związane z marketingiem usług turystycznych					K_W01, K_W02
EU02	Student ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę o koncepcji marketingu w usługach turystycznych (produktach, sprzedaży i promocji tych produktów, roli personelu w marketingu usług turystycznych					K_W02, K_W11
UMIEJĘTNOŚCI						
EU03	Student potrafi wykorzystać uporządkowaną, pogłębioną i rozszerzoną wiedzę specjalistyczną do oceny kierunków rozwoju turystyki					K_U02, K_U08
EU04	Student potrafi posługiwać się terminologią i specjalistyczną wiedzą do oceny zjawisk i zmian zachodzących na rynku turystycznym					K_U02, K_U03
KOMPETENCJE SPOŁECZNE						

EU05	Student ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego	K_K05, 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	30	
2. Nakład pracy studenta	45	
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.		
3. Maria Johann Satysfakcja klienta na rynku usług turystycznych Difin Warszawa 2019		
16. Formy oceny – szczegóły		

Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: zajęcia kończą się egzaminem i zaliczeniem z oceną Procentowy podział ocenianych efektów w kategoriach wiedza, umiejętności, kompetencje: W – 60%, U – 35%, K – 5% Zaliczenie pisemne (egzamin) sprawdzające wiedzę studenta - 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. • 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) Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest - uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium (forma pisemna lub ustna). Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% pozytywnych odpowiedzi. Chętni studenci mogą przygotować prezentację na wybrany przez prowadzącego temat. Ocenę końcową z ćwiczeń stanowi średnia arytmetyczna wszystkich uzyskanych ocen oraz zaangażowanie studenta w ciągu całego semestru.
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 PSW w Białej Podlaskiej
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem