

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022						
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 szczegółowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości				K_W10, 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, K_W04	
UMIEJĘTNOŚCI						
EU03	Potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę teoretyczną i praktyczną w określonych obszarach funkcjonalnych i być specjalistą w tym zakresie (w powiązaniu ze studiowaną specjalnością)				K_U01	
EU04	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania,				K_U11, K_U01	

formułowania wniosków oraz tworzenia syntetycznych podsumowań wykorzystując poglądy własne oraz innych autorów	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
EU05 Jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych i osobistych	K_K05, K_K07
11. Treści programowe	
Forma zajęć – ćwiczenia	
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%	
Zaliczenie pisemne z treści ćwiczeń:	
-czas trwania -40 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., a minimalnie 3 pkt. - 0- 2,9 pkt. – niedostateczny (2,0) - 3,0 – 3,4 pkt. – dostateczny (3,0) - 3,4 – 3,9 pkt. - dostateczny plus (3,5) - 4,0 – 4,4 pkt. - dobry (4,0) - 4,5 – 4,9 pkt. - dobry plus (4,5) - 5,0 pkt.- bardzo dobry (5,0) Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest uzyskanie 60% pozytywnych odpowiedzi. Ocenę końcową stanowi średnia arytmetyczna wszystkich uzyskanych ocen oraz obserwacja studenta, zaangażowania i pracy w ciągu 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 ABNS w Białej Podlaskiej
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem