

AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2012/2013

Wydział Turystyki i Rekreacji

Kierunek studiów: Turystyka i Rekreacja

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 812

Stopień studiów: I

Specjalności: Hotelarstwo
Obsługa ruchu turystycznego
Odnowa psychosomatyczna
Rekreacja ruchowa
Turystyka przygodowa

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Marketing of Tourist and Recreational Services
KOD PRZEDMIOTU	TIR812 ASA35
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty ogólne
LICZBA PUNKTÓW ECTS	4.00
JĘZYK WYKŁADOWY	polski
SEMESTRY	3

2 FORMA ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	SEMINARIUM	INNE	–
3	15	30	0	0	0



3 CELE PRZEDMIOTU

Cell1 Poznanie i zrozumienie przez studentów marketingowego podejścia podmiotów oferujących dobra i usługi turystyczne i rekreacyjne, włączając w to opanowanie zasad i sposobów wykorzystywania marketingowych instrumentów oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych w ramach tworzonych strategii i planów marketingowych.

4 WYMAGANIA WSTĘPNE

- 1 Kompetencje opisane w przedmiotach: Podstawy turystyki; Ekonomia; Ekonomika turystyki i rekreacji; Podstawy rekreacji.

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

- EK1 Wiedza: Zna metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, niezbędne do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych
- EK2 Wiedza: Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem
- EK3 Wiedza: Potrafi zaprojektować przedsięwzięcie marketingowe dla przedsiębiorstwa świadczącego usługi turystyczne lub rekreacyjne.
- EK4 Wiedza: Potrafi ocenić poprawność podejmowanych przedsięwzięć marketingowych przez świadczących usługi turystyczne lub rekreacyjne.
- EK5 Wiedza: Posiada umiejętność przygotowania i pisemnego opracowania projektu przedsięwzięcia marketingowego.
- EK6 Kompetencje społeczne: Potrafi współdziałać w realizacji zespołowego projektu przedsięwzięcia marketingowego.

6 TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Istota marketingu. Otoczenie marketingowe świadczących usługi turystyczne i rekreacyjne.	2
W2	Segmentacja rynku. Kryteria i procedury segmentacji rynku turystycznego i rekreacyjnego.	3
W3	Marketingowa analiza i ocena sytuacji oferującego usługi turystyczne i rekreacyjne.	3
W4	Wizerunek i reputacja przedsiębiorstwa. Badanie wizerunku firmy świadczącej usługi turystyczne lub rekreacyjne.	2
W5	Strategie marketingowe przedsiębiorstwa świadczącego usługi turystyczne lub rekreacyjne.	3
W6	Planowanie działalności marketingowej świadczącego usługi turystyczne lub rekreacyjne.	2
	RAZEM	15



ĆWICZENIA

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	Ogólna charakterystyka koncepcji marketingu-mix. Omówienie zasad przygotowywania przez studentów zespołowych prac projektowych polegających na opracowaniu projektów kompozycji marketingowych dla przedsiębiorstw związanych z oferowaniem określonych dóbr i usług na wybranych rynkach branżowych sektora turystyki i rekreacji; przydzielenie tematów.	2
C2	Analiza i ocena portfela produktów wprowadzenie teoretyczne i dyskusja problemu; analiza przykładowych portfeli produktów wybranych przedsiębiorstw oferujących dobra oraz usługi turystyczne i rekreacyjne.	4
C3	Analiza i ocena polityki cenowej wprowadzenie teoretyczne i dyskusja problemu; analiza sposobów różnicowania cen przez przedsiębiorstwa oferujące dobra oraz usługi turystyczne i rekreacyjne.	4
C4	Analiza i ocena sposobów dystrybucji wprowadzenie teoretyczne i dyskusja problemu; identyfikacja kanałów dystrybucji typowych dla poszczególnych rynków branżowych sektora turystyki i rekreacji.	2
C5	Analiza i ocena zasad oraz narzędzi promocji wprowadzenie teoretyczne i dyskusja problemu; studium przypadku na temat form promocji stosowanych przez przedsiębiorstwa oferujące dobra oraz usługi turystyczne i rekreacyjne.	4
C6	Analiza i ocena roli personelu w działalności marketingowej wprowadzenie teoretyczne i dyskusja problemu.	2
C7	Prezentacja przez poszczególne zespoły studentów częściowych efektów realizacji prac projektowych połączona z dyskusją ośnośnych zagadnień.	12
	RAZEM	30

7 METODY DYDAKTYCZNE

- M1 Dyskusja
- M2 Konsultacje
- M3 Projekty
- M4 Studium przypadku
- M5 Wykłady



8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	45
Konsultacje przedmiotowe	0
Egzaminy i zaliczenia w sesji	3
Inne	
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	20
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	30
Inne	0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	100
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	4

9 METODY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1	Odpowiedź ustna
F2	Projekt zespołowy

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1	Egzamin pisemny
P2	Średnia ważona ocen formułujących

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3	Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie metod i narzędzi, w tym technik pozyskiwania danych, niezbędnych do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych na poziomie 50-60%.
NA OCENĘ 4	Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie metod i narzędzi, w tym technik pozyskiwania danych, niezbędnych do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych na poziomie 61-75%.
NA OCENĘ 5	Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie metod i narzędzi, w tym technik pozyskiwania danych, niezbędnych do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych na poziomie powyżej 75%.
EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 3	Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie zasad tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem na poziomie 50-60%.
NA OCENĘ 4	Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie zasad tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem na poziomie 61-75%.
NA OCENĘ 5	Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie zasad tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem na poziomie powyżej 75%.



EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 3	Ocena zawartości merytorycznej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 50-60% możliwych do uzyskania punktów.
NA OCENĘ 4	Ocena zawartości merytorycznej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 61-75% możliwych do uzyskania punktów.
NA OCENĘ 5	Ocena zawartości merytorycznej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie powyżej 75% możliwych do uzyskania punktów.
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 3	Indywidualna ocena jakościowa odpowiedzi ustnych oceniających przykłady rozwiązań stosowanych w praktyce gospodarczej w sferze turystyki i rekreacji.
NA OCENĘ 4	Indywidualna ocena jakościowa odpowiedzi ustnych oceniających przykłady rozwiązań stosowanych w praktyce gospodarczej w sferze turystyki i rekreacji.
NA OCENĘ 5	Indywidualna ocena jakościowa odpowiedzi ustnych oceniających przykłady rozwiązań stosowanych w praktyce gospodarczej w sferze turystyki i rekreacji.
EFEKT KSZTAŁCENIA 5	
NA OCENĘ 3	Ocena strony redakcyjnej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 50-60% możliwych do uzyskania punktów.
NA OCENĘ 4	Ocena strony redakcyjnej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 61-75% możliwych do uzyskania punktów.
NA OCENĘ 5	Ocena strony redakcyjnej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie powyżej 75% możliwych do uzyskania punktów.
EFEKT KSZTAŁCENIA 6	
NA OCENĘ 3	Ocena zaangażowania w opracowanie oraz prezentację efektów częściowych projektu zespołowego na poziomie 50-60% możliwych do uzyskania punktów.
NA OCENĘ 4	Ocena zaangażowania w opracowanie oraz prezentację efektów częściowych projektu zespołowego na poziomie 61-75% możliwych do uzyskania punktów.
NA OCENĘ 5	Ocena zaangażowania w opracowanie oraz prezentację efektów częściowych projektu zespołowego na poziomie powyżej 75% możliwych do uzyskania punktów.

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K_W20, K_U09, K_U12, K_W14	Cel1	W2 W3 W4 W5 W6 C1 C2 C3 C4 C5	M1 M4 M5	F1 P1 P2
EK2	K_W20, K_U09, K_U12, K_W14	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 C1 C2 C3 C4 C5 C6	M1 M4 M5	F1 P1 P2
EK3	K_U16, K_W14, K_K04	Cel1	W1 W2 W6 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7	M1 M2 M3 M4 M5	F2 P2
EK4	K_U09	Cel1	W1 W2 W3 W4 W5 W6 C1 C2 C3 C4 C5 C6	M4	F1 P2
EK5	K_U16	Cel1	C7	M1 M2 M3	F2 P2
EK6	K_K04	Cel1	C7	M1 M2 M3 M4	F2 P2



11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA:

- 1 A. Oleksiuk — *Marketing usług turystycznych*, Warszawa, 2009, Difin
- 2 L. Mazurkiewicz — *Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym*, Warszawa, 2002, PWE

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- 1 A. Panasiuk (red.) — *Marketing usług turystycznych*, Warszawa, 2006, PWN

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr hab. Jan Szumilak (kontakt: jan.szumilak@awf.krakow.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr Bartosz Szczechowicz (kontakt: bartosz.szczechowicz@awf.krakow.pl)

dr hab. Jan Szumilak (kontakt: jan.szumilak@awf.krakow.pl)

mgr Witold Zych (kontakt: witold.zych@awf.krakow.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(kierownik)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....
.....
.....