

## KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	1015-6-TP1-B/C24-MT	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Marketing w turystyce
	angielskim	Marketing in tourism

### 1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Turystyka prozdrowotna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Pierwszego stopnia licencjackie
1.4. Profil studiów	ogólnoakademicki
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Barbara Petrus
1.6. Kontakt	349 63 89; barbara.petrus@ujk.edu.pl

### 2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne	brak

### 3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Wykład, konwersatorium	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Egzamin, zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Wykład konwencjonalny, opis, metoda przypadków, metoda sytuacyjna, projekt	
3.5. Wykaz literatury	Podstawowa	Marketing w turystyce i rekreacji, 2013, A. Panasiuk (red.), Polskie Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., 2000, Marketing, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa. Tanaś S., Mokras J. – Grabowska, 2014, Od autentyczności do komercji – o doświadczaniu w turystyce, Warsztaty z Geografii Turyzmu. T. 4, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
	uzupełniająca	Jakóbczyk-Gryszkiewicz J., 2007, Komunikacja marketingowa w turystyce, "Śląsk" Wydawnictwo Naukowe, Katowice. Pizło W., 2020, Przewodnik metodyczny po marketingu, Wydawnictwo WGGW, Warszawa. Travaglini A., 2017, Marketing internetowy w turystyce, Revenue management w hotelarstwie CeDeWu, Warszawa.

### 4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

#### 4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)

##### Wykład:

C1 - Poznanie istoty oraz znaczenia marketingu w turystyce i rekreacji.  
 C2 - Poznanie sposobu planowania i wykorzystania głównych instrumentów marketingu mix, tj. produktu, ceny, dystrybucji i promocji usług turystycznych i rekreacyjnych,  
 C3 – Poznanie celów marketingowych i komunikacji marketingowej, komunikacja marketingowa personelu przedsiębiorstw turystycznych i podmiotów oferującego usługi.

##### Konwersatorium:

C1 – Rozwijanie umiejętności oceny istoty marketingu usług turystycznych i rekreacyjnych  
 C2 – Kształtowanie przeświadczenia o znaczeniu promocji dla nowych produktów i usług turystycznych

C3 – Rozwijanie umiejętności budowania wizerunku marketingowego podmiotów turystycznych

**4.2 Treści programowe**

**Wykłady**

1. Funkcje marketingu usług, produkt turystyczny - definicja, struktura, cykl życia. Elementy marketingu terytorialnego, produkt w ujęciu obszarowym. (2 godziny)
2. Cele marketingu strategicznego: świadomość, zainteresowanie, transakcja, lojalność. (2 godziny)
3. Zasady różnicowania cen usług turystycznych i rekreacyjnych, Techniki yield management w turystyce i rekreacji. (2 godziny)
4. Kanały dystrybucji usług turystycznych i rekreacyjnych. Promocja usług turystycznych i rekreacyjnych. (2 godziny).
5. Plan marketingowy ceny i rynek. (2 godziny)
6. Branding w turystyce i rekreacji. (1 godziny)
7. Formułowanie celów marketingowych i wizerunkowych. (2 godziny)
8. Kampanie marketingowe, dobre praktyki, dobre marki, promocja usług turystycznych i rekreacyjnych; rola personelu w działaniach marketingowych. (2 godziny)
9. Rodzaje wizerunku organizacji. Public relations. (1 godzina)

**Konwersatoria**

1. Omówienie istoty marketingu usług turystycznych i rekreacyjnych poprzez analizę studium przypadku (2 godziny)
2. Produkt turystyczny, usługa rekreacyjna – teoria i praktyka (przykłady). (2 godziny)
3. Budowanie nowych produktów turystycznych oraz usług rekreacyjnych (praca w grupach) .(2 godziny)
4. Różnicowanie cen w turystyce i rekreacji (analiza przypadków). (2 godziny)
5. Dystrybucja usług turystycznych i rekreacyjnych (analiza studium przypadku). (2 godziny)
6. Tworzenie planu promocyjnego dla nowych produktów turystycznych i usług rekreacyjnych. (2 godziny)
7. Promocja usług turystycznych i rekreacyjnych w nowoczesnych mediach (m.in. Internet). (2 godziny)
8. Budowanie wizerunku podmiotów oferujących usługi turystyczne i rekreacyjne. (2 godziny)

**4.3 Przedmiotowe efekty uczenia się**

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
<b>w zakresie WIEDZY:</b>		
W01	Charakteryzuje podstawowe terminy z zakresu marketingu w turystyce i rekreacji	TP1A_W01
W02	Opisuje podstawowe zasady kształtowania marketingu w podmiocie gospodarczym specjalizującym się w turystyce i rekreacji, uwzględniając obowiązujące zasady i normy regulujące jego funkcjonowanie w gospodarce rynkowej	TP1A_W04
<b>w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:</b>		
U01	Analizuje i ocenia ofertę produktów turystycznych uwzględniających specyfikę branży	TP1A_U01
U02	Ocena i przygotowuje typowe opracowania pisemne wykorzystując wiedzę teoretyczną i dostępne materiały źródłowe, a także pisma zawierające propozycje rozwiązania konkretnych problemów z zakresu zarządzania marketingiem w przedsiębiorstwie turystycznym	TP1A_U05
<b>w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:</b>		
K01	Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów praktycznych, działa w sposób praktyczny i przedsiębiorczy, aktywnie wykorzystując najnowszą wiedzę na potrzeby podejmowania działań marketingowych w usługach turystycznych	TP1A_K01

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																					
Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin pisemny			Kolokwium			Projekt			Aktywność na zajęciach			Praca własna			Praca w grupie			Inne prezentacja		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	K		W	K		W	K		W	K		W	K		W	K		W	K	
W01	X							X			X			X							X
W02	X			X							X			X							X
U01	X			X				X			X			X							X
U02	X			X				X			X			X							X
K01								X			X			X			X				X

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
wykład (W)	3	Zda egzamin w formie testu sprawdzającego w części z pytaniami wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi – 51-60% odpowiedzi poprawnych
	3,5	Zda egzamin w formie testu sprawdzającego w części z pytaniami wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi – 61-70% odpowiedzi poprawnych
	4	Zda egzamin w formie testu sprawdzającego w części z pytaniami wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi – 71-80% odpowiedzi poprawnych
	4,5	Zda egzamin w formie testu sprawdzającego w części z pytaniami wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi – 81-90% odpowiedzi poprawnych
	5	Zda egzamin w formie testu sprawdzającego w części z pytaniami wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi – 91-100% odpowiedzi poprawnych
Konwersatorium (K)	3	51-60 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i projekt ( z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, projekt 20%)
	3,5	61-70 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i projekt ( z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, projekt 20%)
	4	71-80 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i projekt ( z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, projekt 20%)
	4,5	81-90 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i projekt ( z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, projekt 20%)
	5	91-100 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i projekt ( z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, projekt 20%)

**5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA**

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	<b>60</b>
<i>Udział w wykładach</i>	15
<i>Udział w konwersatoriach</i>	45
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	<b>40</b>
<i>Przygotowanie do konwersatorium</i>	10
<i>Przygotowanie do egzaminu/kolokwium</i>	10
<i>Zebranie materiałów do projektu</i>	15
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej</i>	5
<b>ŁĄCZNA LICZBA GODZIN</b>	<b>100</b>
<b>PUNKTY ECTS za przedmiot</b>	<b>4</b>

*Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)*

.....