

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0532-1TiR-C29-MT	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Marketing w turystyce
	angielskim	Marketing in tourism

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Turystyka i rekreacja
1.2. Forma studiów	stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Pierwszego stopnia licencjackie
1.4. Profil studiów	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Barbara Petrus
1.6. Kontakt	bpetrus@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	Studia stacjonarne: Wykład (15 godz.), konwersatorium (15 godz.) Studia niestacjonarne: Wykład (9 godz.), konwersatorium (9 godz.)	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Egzamin, zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	wykład, pogadanka, opis, metoda przypadków, metoda sytuacyjna, burza mózgów,	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	red. nauk. Panasiuk A. aut. Małgorzata Janiszewska, Marketing w turystyce i rekreacji, Polskie Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013. L. Garbarski, I. Rutkowski, W. Wrzosek, Marketing, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000 red. T. Sławoj Tanaś, Justyna Mokras - Grabowska, Od autentyczności do komercji- o doświadczaniu w turystyce, Łódź : Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2014
	uzupełniająca	Jakóbczyk-Gryszkiewicz, Jolanta .Komunikacja marketingowa w turystyce, Katowice” Śląsk” Wydawnictwo Naukowe, 2007. Pizło, Wojciech, Przewodnik metodyczny po marketingu, Warszawa , Wydawnictwo WGGW, 2020. Travaglini, Armando, Marketing internetowy w turystyce revenue management w hotelarstwie ,Warszaw CeDeWu, 2017. Fyall Alan, Tourism Marketing, 2004

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 (z uwzględnieniem formy zajęć)

Wykład:

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. (2 godziny)
9. Rodzaje wizerunku organizacji. Public relations. (1 godziny)

Konwersatorium:

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
w zakresie WIEDZY :		
W01	Charakteryzuje podstawowe terminy z zakresu marketingu w turystyce i rekreacji	TIR1P _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	TIR1P _W04
W03	Wyjaśnia i interpretuje zasady regulacji prawnej dotyczącej organizacji form oddziaływania na rynek z wykorzystaniem wiedzy z zakresu turystyki i rekreacji	TIR1P _W07
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI :		
U01	Analizuje i ocenia ofertę produktów turystycznych uwzględniających specyfikę branży	TIR1P _U01
U02	Ocenia 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	TIR1P _U05

U03	Planuje i przygotowuje wystąpienia ustne w języku polskim lub obcym w zakresie komunikacji marketingowe w przedsiębiorstwach świadczących usługi turystyczne	TIR1P _U10
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
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	TIR1P _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, dyskusja		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
	W				K			K			K		W	K		W	K		W	K	
W01	x						x			x		x	x							x	
W02	x				x					x			x							x	
W03	x				x					x			x							x	
U01	x				x			x			x		x	x						x	
U02	x							x			x		x	x						x	
U03	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
konwersatoria (K)	3	51-60 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i udział w dyskusji (z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, udział w dyskusji 20%)
	3,5	61-70 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i udział w dyskusji (z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, udział w dyskusji 20%)
	4	71-80 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i udział w dyskusji (z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, udział w dyskusji 20%)
	4,5	81-90 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i udział w dyskusji (z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, udział w dyskusji 20%)
	5	91-100 % maksymalnej oceny ciągłej, na którą składają się wykonane ćwiczenia, prezentacja i udział w dyskusji (z wagą: ćwiczenia -60%, prezentacja 20%, udział w dyskusji 20%)

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	30	18
<i>Udział w wykładach</i>	15	9
<i>Udział w konwersatoriach</i>	15	9
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	20	32
<i>Przygotowanie do konwersatorium</i>	5	17
<i>Przygotowanie do egzaminu/kolokwium</i>	10	15
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej</i>	5	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	2	2

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

.....