



UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	MARKETING W TURYSTYCE I HOTELARSTWIE
			w jęz. angielskim	

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Turystyka i Hotelarstwo
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	egzamin

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	2	1	1			15	15		
Razem w czasie studiów						30			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Znajomość marketingu

Cele przedmiotu
Poznanie, zrozumienie i zastosowanie specjalistycznej wiedzy z zakresu marketingu w turystyce i hotelarstwie

Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	zna, rozumie i potrafi zastosować wiedzę z zakresu cech usług i miejsca w klasyfikacji Ch. Lovelocke'a w turystyce i hotelarstwie dla implikacji marketingowych	NK_W01; NK_W02; NK_U01; NK_U02; NK_U14
EKP_02	zna i rozróżnia działania marketingowe wykonawcze w sferze marketingu w turystyce i hotelarstwie	NK_W01; NK_W03; NK_U01; NK_K01; NK_U14
EKP_03	potrafi zaprojektować optymalną kompozycję marketingowych czynności wykonawczych w turystyce i hotelarstwie	NK_W01; NK_W03; NK_W04; NK_U02; NK_U12; NK_U14
EKP_04	potrafi identyfikować źródła sukcesów i porażek rynkowych w turystyce i hotelarstwie	NK_W02; NK_W03; NK_W04; NK_U02; NK_U08; NK_U14

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Specyfika marketingu w turystyce i hotelarstwie (miejsce usług turystycznych i hotelarskich w klasyfikacji Ch. Lovelocke'a; cechy usług turystycznych i hotelarskich; implikacje dla marketingu)	3	4			EKP_01
Kształtowanie usługi turystycznej i hotelarskiej (w tym świadectwa materialne, procesy, ludzie)	3	3			EKP_02; EKP_03
Polityka cenowa w turystyce i hotelarstwie (w tym implikacje wynikające z cech usług oraz <i>yield management</i>)	2	1			EKP_02; EKP_03
Polityka dystrybucji w turystyce i hotelarstwie (w tym lokalizacja operacyjna i instytucjonalna; franchising)	2	1			EKP_02; EKP_03
Promocja usługi turystycznej i hotelarskiej, firmy turystycznej i hotelarskiej, obszaru recepcji turystycznej	2	2			EKP_02; EKP_03
Przykłady porażek rynkowych w turystyce i hotelarstwie	1	2			EKP_04
Przykłady sukcesów rynkowych w turystyce i hotelarstwie	1	2			EKP_04
Synteza elementarnej wiedzy o marketingu w turystyce i hotelarstwie	1				EKP_01; EKP_02; EKP_03
Łącznie godzin	15	15			

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01			x			x	x		
EKP_02			x			x	x		
EKP_03			x			x	x		
EKP_04			x						

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie ćwiczeń: zaliczony projekt i prezentacja (co najmniej 60 % punktów możliwych do zdobycia)
Egzamin pisemny: co najmniej 60 % punktów możliwych do zdobycia.
Ocena końcowa jest średnią ważoną: 40% Pro +20% Pre + 40% E (Pro – projekt; Pre – prezentacja; E – egzamin)
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	15	15		
Czytanie literatury	10	12		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		20		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	15			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	1			
Udział w konsultacjach	1	1		
Łącznie godzin	42	48		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	90			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	48		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	33		1	

Literatura podstawowa
Altkorn J., Marketing w turystyce, PWE, Warszawa 2006
Mazur J., Zarządzanie marketingiem usług, Wyd Difin, Warszawa 2002
Turkowski M., Marketing usług hotelarskich, PWE, Warszawa 2003
Literatura uzupełniająca
Panasiuk A., Marketing w turystyce i rekreacji, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2013
Piasta J. Marketing w hotelarstwie. Wyd. Jacek Piasta 2007
Sala J. Marketing w gastronomii. PWE, Warszawa 2011

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
prof. dr hab. Barbara Marciszewska	KZiE
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
dr Marzena Wanagos	KZiE