



Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii  
w Poznaniu

## Marketing w przedsiębiorstwie turystycznym

### Sylabus zajęć

#### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Turystyka i Rekreacja		<b>Cykl dydaktyczny</b> 2023/ 2024
<b>Specjalność</b> • Zarządzanie i Marketing w Hotelarstwie, Gastronomii, Turystyce i Rekreacji		<b>Kod zajęć</b> Marketing w przedsiębiorstwie turystycznym
<b>Poziom studiów</b> Studia pierwszego stopnia		<b>Języki wykładowe</b> Polski
<b>Forma studiów</b> Studia stacjonarne		<b>Obligatoryjność</b> Do wyboru
<b>Profil studiów</b> Profil praktyczny		
<b>Koordynator zajęć</b>	Dr Ewa Mucha-Szajek	
<b>Prowadzący zajęcia</b>	Mgr inż. Marek Sławiński	

#### STACJONARNE

<b>Okres</b> Semestr II	<b>Forma zajęć/ liczba godzin/ forma zaliczenia</b> Wykłady/15ćwiczenia/15/egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2
----------------------------	---	---------------------------------

## NIESTACJONARNE

<b>Okres</b> Semestr II	<b>Forma zajęć/ liczba godzin/ forma zaliczenia</b> Wykłady/8/ćwiczenia/8/egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2
----------------------------	--	---------------------------------

### Cele kształcenia dla zajęć

<b>Kod</b>	<b>Cel</b>
C1	przekazanie wiedzy dotyczącej marketingu stosowanego przez przedsiębiorstwo turystyczne
C2	pozyskanie wiedzy i praktycznych umiejętności przeprowadzenia analizy strategii marketingowej rynku turystycznego

### Wymagania wstępne

Wiedza z zakresu podstaw marketingu.

### Efekty uczenia się dla zajęć

<b>Kod</b>	<b>Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie</b>	<b>Efekty uczenia się dla kierunku</b>	<b>Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć</b>
<b>Wiedzy – Student/ ka:</b>			
W1	Ma zaawansowaną wiedzę związaną z marketingiem w przedsiębiorstwie turystycznym	K_W01	Dyskusja Kolokwium
W2	Zna i rozumie zaawansowaną terminologię związaną z marketingiem w przedsiębiorstwie turystycznym	K_W02	Kolokwium
W3	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym elementy badań rynkowych i marketingowych	K_W07	Dyskusja Kolokwium
<b>Umiejętności – Student/ ka:</b>			
U1	Potrafi komunikować się z jednostką i grupą społeczną w zakresie istotnych problemów związanych z marketingiem.	K_U01	Projekt edukacyjny
U2	Potrafi identyfikować problemy różnych grup społecznych pod kątem potrzeb w zakresie marketingu.	K_U02	Dyskusja Projekt edukacyjny
U3	Potrafi dokonać identyfikacji psychologicznej, społecznej, kulturowej mechanizmów podejmowania działań w zakresie marketingu.	K_U07	Projekt edukacyjny

U4	Potrafi analizować zagadnienia z zakresu wiedzy ekonomicznej, zarządzania, marketingu i wyciąga z nich podstawowe wnioski	K_U10	Dyskusja Projekt edukacyjny
<b>Kompetencji społecznych – Student/ka:</b>			
K1	Jest gotów do uczenia się przez całe życie i podnoszenia swoich kompetencji zawodowych oraz osobistych.	K_K01	Dyskusja
K2	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz korzystania z wiedzy ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	K_K02	Dyskusja Obserwacja pracy studenta

### Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Podstawy marketingu usług	K_W01 K_U01 K_K01	Ćwiczenia, wykład
2.	Istota i elementy rynku usług turystycznych i rekreacyjnych	K_W01 K_U01 K_K01	Ćwiczenia, wykład
3.	Koncepcja marketingowa w turystyce i rekreacji	K_W02 K_U02;K_U07 K_K02	Ćwiczenia, wykład
4.	Produkt jako instrument marketingu w turystyce i rekreacji	K_W02 K_U10 K_K02	Ćwiczenia, wykład
5.	Cena jako instrument marketingu w turystyce i rekreacji	K_W02 K_U10 K_K02	Ćwiczenia, wykład
6.	Dystrybucja jako instrument marketingu w turystyce i rekreacji	K_W02 K_U10 K_K02	Ćwiczenia, wykład
7.	Promocja jako instrument marketingu w turystyce i rekreacji	K_W02 K_U10 K_K02	Ćwiczenia, wykład
8.	Komunikacja i strategie marketingowe w turystyce i rekreacji	K_W01;K_W07 K_U07 K_K02	Ćwiczenia, wykład
9.	Przedsiębiorstwa turystyczne we współczesnej gospodarce	K_W01 K_U01 K_K01	Ćwiczenia, wykład

<b>10.</b>	Marketing mix w przedsiębiorstwie turystycznym – Koncepcja 5P – Koncepcja 7P – Koncepcja 9P	K_W02 K_U10 K_K02	Ćwiczenia, wykład
<b>11.</b>	Wybrane mierniki skuteczności i efektywności działań marketingowych w przedsiębiorstwie turystycznym	K_W01;K_W02 K_U01;K_U07 K_K01;K_K02	Ćwiczenia, wykład

### Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykłady, Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Rozwiązywanie zadań,

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykłady, Ćwiczenia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Czynny udział w zajęciach</li> <li>• Zaliczenie kolokwium pisemnych,</li> <li>• Egzamin</li> <li>• Przygotowanie planu marketingowego wybranego przedsiębiorstwa</li> </ul>

### Literatura

#### Obowiązkowa

1. Florek M. Podstawy marketingu terytorialnego, Wyd. UEP, Poznań 2007.
2. Oleksiuk A.: Marketing usług turystycznych. Wyd.2, Difin, Warszawa 2009.
3. Panasiuk A. Marketing usług turystycznych, PWN Warszawa, 2006.

#### Dodatkowa

1. Kotler Ph. Keller K.L., Marketing, Wyd. Rebis, Gdańsk 2012.
2. Markowski T., Marketing terytorialny, Wyd. PAN Warszawa, 2006.
3. Proszowska-Sala A., Florek M., Promocja Miast. Nowa perspektywa, Wyd. Stroer Polska, Warszawa, 2010.

### Nakład pracy studenta i punkty ECTS

#### STACJONARNE

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykłady/ćwiczenia	30
Realizacja projektu	15
Przygotowanie do zaliczenia/ egzaminu	15
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin</b>

	60
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>ECTS</b> 2

\*godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### **Nakład pracy studenta i punkty ECTS**

#### **NIESTACJONARNE**

<b>Rodzaje zajęć studenta</b>	<b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b>
Wykłady/ćwiczenia	16
Realizacja projektu	20
Przygotowanie do zaliczenia/ egzaminu	25
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin</b> 61
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>ECTS</b> 2

\*godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut