

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2023/2024

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu	Podstawy marketingu					
2. Nazwa kierunku	Turystyka i Rekreacja					
3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia					
4. Liczba punktów ECTS	2					
5. Liczba godzin w semestrze						
	semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws
	III	15	15			

6. Język wykładowy polski
7. Wykładowca Agnieszka Kozak - dr

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne
1. Podstawowa wiedza na temat turystyki
9. Cele przedmiotu
C1 Zapoznanie z podstawową terminologią z zakresu marketingu.
C2 z istotą marketingu w obszarach działalności rynkowej.
C3 Wykształcenie umiejętności planowania działań rynkowych w obrębie podstawowych narzędzi marketingowych.
10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
------------------------------------	---

WIEDZA

EU01	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu różnorodne zjawiska nauk społecznych, humanistycznych, ścisłych, przyrodniczych i nauk o kulturze fizycznej oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z kierunkiem	K_W01
EU02	Zna i rozumie kategorie pojęciowe i terminologię w zakresie nauk społecznych, humanistycznych, ścisłych i przyrodniczych oraz nauk o kulturze fizycznej oraz zastosowanie praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z kierunkiem	K_W02
EU03	Zna i rozumie zakres metod, technik i narzędzi badawczych stosowanych w zakresie nauk humanistycznych, społecznych, ścisłych i przyrodniczych oraz nauk o kulturze fizycznej	K_W10

UMIEJĘTNOŚCI

EU04	Potrafi wykorzystać wiedzę specjalistyczną do współpracy z innymi obszarami funkcjonalnymi w typowych sytuacjach profesjonalnych	K_U02
EU05	Potrafi wykonać typowe zadania związane z obsługą turystów na wybranych stanowiskach pracy (przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek, w biurze turystycznym, hotelu lub w ośrodku wypoczynkowo-rekreacyjnym)	K_U07

KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EU06	Jest gotów do samodzielnego podejmowania zadań, szczególnie w sytuacji potrzeb wynikających ze zmieniającymi się warunkami realizacji imprez turystycznych czy zajęć rekreacyjnych	K_K04
11. Treści programowe		
Forma zajęć – wykłady		
<div><div>1. Istota marketingu (geneza, koncepcje, typy orientacji biznesowej przedsiębiorstw)</div><div>2. Informacja i badania marketingowe</div><div>3. Otoczenie przedsiębiorstwa (podmiotowe, przedmiotowe) i segmentacja rynku (istota, etapy, procedura, kryteria)</div><div>4. Narzędzia marketingowe – produkt (struktura, cykl życia, marka)</div><div>5. Narzędzia marketingowe – cena (metody, strategie, dyskryminacja cenowa)</div><div>6. Narzędzia marketingowe – dystrybucja</div><div>7. Narzędzia marketingowe – promocja (instrumenty, model AIDA)</div><div>8. Strategie marketingowe</div><div>9. Plan marketingowy (istota, struktura, funkcje)</div><div>10. Marketing – filozofia myślenia i działania</div></div>		
Forma zajęć – ćwiczenia		
<div><div>1. Pojęcie, uwarunkowania i założenia funkcjonowania marketingu</div><div>2. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa</div><div>3. Metody analizy otoczenia (metoda SWOT, metody portfelowe)</div><div>4. Analizy portfelowe i ich narzędzia</div><div>5. Segmentacja rynku</div><div>6. Pojęcie, kryteria i procedura segmentacji</div><div>7. Strategie marketingowe</div><div>8. Produkt (istota, warstwowość, marka)</div><div>9. Cena (cele polityki cenowej, metody ustalania cen, strategie cenowe)</div><div>10. Dystrybucja (kanał dystrybucyjny, rodzaje, projektowanie kanału)</div><div>11. Promocja (istota, funkcje, podstawowe narzędzia promocji, niestandardowe formy)</div><div>12. Istota, typy, rola i uwarunkowania sprzedaży bezpośredniej</div></div>		
12. Narzędzia/metody dydaktyczne		
<div><div>1. Prezentacje multimedialne</div><div>2. Dyskusja</div><div>3. Filmy dydaktyczne</div><div>4. Konsultacje</div></div>		
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)		
<div><div>1. Projekty i ćwiczenia praktyczne</div><div>2. Prezentacja multimedialna</div><div>3. Kolokwium międzysemestralne</div><div>4. Zaliczenie końcowe z oceną</div></div>		
14. Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności	liczba godzin	
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	40	
2. Nakład pracy studenta	10	
suma	50	
liczba punktów ECTS	2	
15. Literatura		
Literatura podstawowa:		

1. Garbarski L. (red), <i>Marketing: koncepcja skutecznych działań</i> , PWE, Warszawa, 2011.
2. Kotler P., Armstrong J., Saunders J., Wong V., <i>Marketing, Podręcznik europejski</i> , PWE Warszawa 2002.
3. Kramer T., <i>Podstawy marketingu</i> , PWN, Warszawa 2004.
Literatura uzupełniająca:
1. Altkorn J., <i>Podstawy marketingu</i> , Instytut Marketingu, Kraków 2001.
2. Mruk H., Pilarczyk B., Sojkin B., Szulce H., <i>Podstawy marketingu</i> , Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 1999.
3. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan, <i>Marketing 4, 0, MT Biznes</i> , Warszawa 2017.
4. <i>Marketing, koncepcje, strategie, trendy</i> , Henryk Mruk, Bogna Pilarczyk, Maria Sławińska, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2020.
4. <i>Marketing w praktyce</i> czasopismo internetowe
5. <i>Online marketing</i> czasopismo internetowe
16. Formy oceny – szczegóły
<p>Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu: zajęcia kończą się zaliczeniem z oceną</p> <p>Procentowy podział ocenianych efektów w kategoriach wiedza, umiejętności, kompetencje. W – 60%, U – 30%, K – 10%. Zaliczenie pisemne z treści wykładów: Czas trwania 60 min.</p> <p>- 5 pytań problemowych/opisowych. - warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% maksymalnej liczby punktów. - Punktacja: każde pytanie oceniane jest w skali od 0 do 1pkt. Maksymalnie można uzyskać 5 pkt., minimalnie 3pkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 0 – 2,9 pkt. – niedostateczny (2,0) • 3,0 – 3,4 dostateczny (3,0) • 3,4 – 3,9 dostateczny plus (3,5) • 4,0 – 4,4 dobry (4,0) • 4,5 – 4,9 dobry plus (4,5) • 5,0 – bardzo dobry (5,0) <p>Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest – uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium forma pisemna – 5 pytań otwarte – opisowe. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% maksymalnej liczby punktów. Chętni studenci mogą dodatkowo przygotować prezentację na wybrany przez prowadzącego temat</p> <p>Ocenę końcową z ćwiczeń stanowi średnia arytmetyczna wszystkich uzyskanych ocen oraz obserwacja zaangażowania i pracy studenta w ciągu całego semestru.</p>
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Białskiej im. Jana Pawła II
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem