

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2022/2023

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 | prk |
|---------|----|----|---------|--------|-----|-----|
| 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 | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Istota marketingu (geneza, koncepcje, typy orientacji biznesowej przedsiębiorstw) 2. Informacja i badania marketingowe 3. Otoczenie przedsiębiorstwa (podmiotowe, przedmiotowe) i segmentacja rynku (istota, etapy, procedura, kryteria) 4. Narzędzia marketingowe – produkt (struktura, cykl życia, marka) 5. Narzędzia marketingowe – cena (metody, strategie, dyskryminacja cenowa) 6. Narzędzia marketingowe – dystrybucja 7. Narzędzia marketingowe – promocja (instrumenty, model AIDA) 8. Strategie marketingowe 9. Plan marketingowy (istota, struktura, funkcje) 10. Marketing – filozofia myślenia i działania | | |
| Forma zajęć – ćwiczenia | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Pojęcie, uwarunkowania i założenia funkcjonowania marketingu 2. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa 3. Metody analizy otoczenia (metoda SWOT, metody portfelowe) 4. Analizy portfelowe i ich narzędzia 5. Segmentacja rynku 6. Pojęcie, kryteria i procedura segmentacji 7. Strategie marketingowe 8. Produkt (istota, warstwowość, marka) 9. Cena (cele polityki cenowej, metody ustalania cen, strategie cenowe) 10. Dystrybucja (kanał dystrybucyjny, rodzaje, projektowanie kanału) 11. Promocja (istota, funkcje, podstawowe narzędzia promocji, niestandardowe formy) 12. Istota, typy, rola i uwarunkowania sprzedaży bezpośredniej | | |
| 12. Narzędzia/metody dydaktyczne | | |
| 1. Prezentacje multimedialne | | |
| 2. Dyskusja | | |
| 3. Filmy dydaktyczne | | |
| 4. Konsultacje | | |
| 13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe) | | |
| 1. Projekty i ćwiczenia praktyczne | | |
| 2. Prezentacja multimedialna | | |
| 3. Kolokwium międzysemestralne | | |
| 4. Zaliczenie końcowe z oceną | | |
| 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</i> , MT Biznes, Warszawa 2017. | |
| 4. Marketing, koncepcje, strategie, trendy, Henryk Mruk, Bogna Pilarczyk, Maria Sławińska, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2020. | |
| 4. Marketing w praktyce czasopismo internetowe | |
| 5. Online marketing 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.</p> <p>- warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest uzyskanie 60% maksymalnej liczby punktów.</p> <p>- 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 | |