

# AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO IM. BRONISŁAWA CZECHA W KRAKOWIE

## KARTA PRZEDMIOTU

*obowiązuje studentów, którzy rozpoczęli studia w roku akademickim 2012/2013*

Wydział Turystyki i Rekreacji

Kierunek studiów: Turystyka i Rekreacja

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Niestacjonarne

Kod kierunku: 812

Stopień studiów: I

Specjalności: Hotelarstwo  
Obsługa ruchu turystycznego  
Odnowa psychosomatyczna  
Rekreacja ruchowa  
Turystyka przygodowa

### 1 PRZEDMIOT

|                                         |                                                |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------|
| NAZWA PRZEDMIOTU                        | Marketing usług turystycznych i rekreacyjnych  |
| NAZWA PRZEDMIOTU<br>W JĘZYKU ANGIELSKIM | Marketing of Tourist and Recreational Services |
| KOD PRZEDMIOTU                          | TIR812 ANA35                                   |
| KATEGORIA PRZEDMIOTU                    | Przedmioty ogólne                              |
| LICZBA PUNKTÓW ECTS                     | 4.00                                           |
| JĘZYK WYKŁADOWY                         | polski                                         |
| SEMESTRY                                | 3                                              |

### 2 FORMA ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

| SEMESTR | WYKŁAD | ĆWICZENIA | SEMINARIUM | INNE | – |
|---------|--------|-----------|------------|------|---|
| 3       | 20     | 10        | 0          | 0    | 0 |



### 3 CELE PRZEDMIOTU

Cell1 Poznanie i zrozumienie przez studentów marketingowego podejścia podmiotów oferujących dobra i usługi turystyczne i rekreacyjne, włączając w to opanowanie zasad i sposobów wykorzystywania marketingowych instrumentów oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych w ramach tworzonych strategii i planów marketingowych.

### 4 WYMAGANIA WSTĘPNE

- 1 Kompetencje opisane w przedmiotach: Podstawy turystyki; Ekonomia; Ekonomika turystyki i rekreacji; Podstawy rekreacji.

### 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

- EK1 Wiedza: Zna metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, niezbędne do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych.
- EK2 Wiedza: Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem.
- EK3 Wiedza: Potrafi zaprojektować przedsięwzięcie marketingowe dla przedsiębiorstwa świadczącego usługi turystyczne lub rekreacyjne.
- EK4 Wiedza: Potrafi ocenić poprawność podejmowanych przedsięwzięć marketingowych przez świadczących usługi turystyczne lub rekreacyjne.
- EK5 Wiedza: Posiada umiejętność przygotowania i pisemnego opracowania projektu przedsięwzięcia marketingowego.
- EK6 Kompetencje społeczne: Potrafi współdziałać w realizacji zespołowego projektu przedsięwzięcia marketingowego.

### 6 TREŚCI PROGRAMOWE

#### WYKŁAD

| LP  | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                   | LICZBA GODZIN |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| W1  | Istota marketingu. Otoczenie marketingowe świadczących usługi turystyczne i rekreacyjne.                                                                 | 2             |
| W2  | Segmentacja rynku. Kryteria i procedury segmentacji rynku turystycznego i rekreacyjnego.                                                                 | 3             |
| W3  | Rodzaje, cechy i struktura produktów oferowanych przez przedsiębiorstwa turystyczne i rekreacyjne.                                                       | 1             |
| W4  | Cele i kierunki polityki cen. Wybór polityki cen. Sposoby różnicowania cen przez przedsiębiorstwa oferujące dobra oraz usługi turystyczne i rekreacyjne. | 2             |
| W5  | Zasady i narzędzia promocji. Przykłady form promocji stosowanych przez przedsiębiorstwa oferujące dobra oraz usługi turystyczne i rekreacyjne.           | 1             |
| W6  | Rodzaje oraz cechy kanałów dystrybucji. Przykłady kanałów dystrybucji typowych dla poszczególnych rynków branżowych sektora turystyki i rekreacji.       | 1             |
| W7  | Marketingowa analiza i ocena sytuacji oferującego usługi turystyczne i rekreacyjne.                                                                      | 3             |
| W8  | Wizerunek i reputacja przedsiębiorstwa. Badanie wizerunku firmy świadczącej usługi turystyczne lub rekreacyjne.                                          | 2             |
| W9  | Strategie marketingowe przedsiębiorstwa świadczącego usługi turystyczne lub rekreacyjne.                                                                 | 3             |
| W10 | Planowanie działalności marketingowej świadczącego usługi turystyczne lub rekreacyjne.                                                                   | 2             |
|     | RAZEM                                                                                                                                                    | 20            |



## ĆWICZENIA

| LP | TEMATYKA ZAJĘĆ<br>OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | LICZBA GODZIN |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| C1 | Ogólna charakterystyka koncepcji marketingu-mix. Omówienie zasad przygotowywania przez studentów zespołowych prac projektowych polegających na opracowaniu projektów kompozycji marketingowych dla przedsięwzięć związanych z oferowaniem określonych dóbr i usług na wybranych rynkach branżowych sektora turystyki i rekreacji; przydzielenie tematów. | 2             |
| C2 | Prezentacja przez poszczególne zespoły studentów częściowych efektów realizacji prac projektowych połączona z dyskusją o nośnych zagadnień.                                                                                                                                                                                                              | 8             |
|    | RAZEM                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 10            |

## 7 METODY DYDAKTYCZNE

- M1 Dyskusja
- M2 Konsultacje
- M3 Projekty
- M4 Studium przypadku
- M5 Wykłady

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

| FORMA AKTYWNOŚCI                                                                                 | ŚREDNIA LICZBA<br>GODZIN NA<br>ZREALIZOWANIE<br>AKTYWNOŚCI |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>                                     |                                                            |
| Godziny wynikające z planu studiów                                                               | 30                                                         |
| Konsultacje przedmiotowe                                                                         | 0                                                          |
| Egzaminy i zaliczenia w sesji                                                                    | 3                                                          |
| Inne                                                                                             |                                                            |
| <b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b> |                                                            |
| Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury                               | 35                                                         |
| Opracowanie wyników                                                                              | 0                                                          |
| Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji                                           | 30                                                         |
| Inne                                                                                             | 0                                                          |
| <b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>        | 100                                                        |
| SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU                                                    | 4                                                          |

## 9 METODY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

|    |                   |
|----|-------------------|
| F1 | Odpowiedź ustna   |
| F2 | Projekt zespołowy |

**OCENA PODSUMOWUJĄCA**

|    |                                   |
|----|-----------------------------------|
| P1 | Egzamin pisemny                   |
| P2 | Średnia ważona ocen formułujących |

**WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU**

|   |                                                                                         |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Uzyskanie dla każdego z zakładanych efektów kształcenia co najmniej oceny dostatecznej. |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------|

**KRYTERIA OCENY**

| EFEKT KSZTAŁCENIA 1 |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 3          | Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie metod i narzędzi, w tym technik pozyskiwania danych, niezbędnych do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych na poziomie 50-60%.                     |
| NA OCENĘ 4          | Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie metod i narzędzi, w tym technik pozyskiwania danych, niezbędnych do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych na poziomie 61-75%.                     |
| NA OCENĘ 5          | Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie metod i narzędzi, w tym technik pozyskiwania danych, niezbędnych do marketingowego oddziaływania na nabywców dóbr i usług turystycznych i rekreacyjnych na poziomie powyżej 75%.                |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 2 |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| NA OCENĘ 3          | Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie zasad tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem na poziomie 50-60%.      |
| NA OCENĘ 4          | Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie zasad tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem na poziomie 61-75%.      |
| NA OCENĘ 5          | Odpowiedzi ustne i egzamin pisemny wskazujące na opanowanie zasad tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w zakresie turystyki i rekreacji z wykorzystaniem wiedzy o marketingowym zarządzaniu przedsiębiorstwem na poziomie powyżej 75%. |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 3 |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| NA OCENĘ 3          | Ocena zawartości merytorycznej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 50-60% możliwych do uzyskania punktów.                                                                                                                                 |
| NA OCENĘ 4          | Ocena zawartości merytorycznej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 61-75% możliwych do uzyskania punktów.                                                                                                                                 |
| NA OCENĘ 5          | Ocena zawartości merytorycznej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie powyżej 75% możliwych do uzyskania punktów.                                                                                                                            |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 4 |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| NA OCENĘ 3          | Indywidualna ocena jakościowa odpowiedzi pisemnych udzielonych w ramach wydzielonej części egzaminu pisemnego oceniających przykłady rozwiązań stosowanych w praktyce gospodarczej w sferze turystyki i rekreacji.                                          |
| NA OCENĘ 4          | Indywidualna ocena jakościowa odpowiedzi pisemnych udzielonych w ramach wydzielonej części egzaminu pisemnego oceniających przykłady rozwiązań stosowanych w praktyce gospodarczej w sferze turystyki i rekreacji.                                          |
| NA OCENĘ 5          | Indywidualna ocena jakościowa odpowiedzi pisemnych udzielonych w ramach wydzielonej części egzaminu pisemnego oceniających przykłady rozwiązań stosowanych w praktyce gospodarczej w sferze turystyki i rekreacji.                                          |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 5 |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| NA OCENĘ 3          | Ocena strony redakcyjnej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 50-60% możliwych do uzyskania punktów.                                                                                                                                       |
| NA OCENĘ 4          | Ocena strony redakcyjnej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie 61-75% możliwych do uzyskania punktów.                                                                                                                                       |



|                     |                                                                                                                                                     |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NA OCENĘ 5          | Ocena strony redakcyjnej przydzielonej części projektu zespołowego na poziomie powyżej 75% możliwych do uzyskania punktów.                          |
| EFEKT KSZTAŁCENIA 6 |                                                                                                                                                     |
| NA OCENĘ 3          | Ocena zaangażowania w opracowanie oraz prezentację efektów cząstkowych projektu zespołowego na poziomie 50-60% możliwych do uzyskania punktów.      |
| NA OCENĘ 4          | Ocena zaangażowania w opracowanie oraz prezentację efektów cząstkowych projektu zespołowego na poziomie 61-75% możliwych do uzyskania punktów.      |
| NA OCENĘ 5          | Ocena zaangażowania w opracowanie oraz prezentację efektów cząstkowych projektu zespołowego na poziomie powyżej 75% możliwych do uzyskania punktów. |

## 10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

| EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU | ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH | CELE PRZEDMIOTU | TREŚCI PROGRAMOWE                          | METODY DYDAKTYCZNE | SPOSOBY OCENY |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------|--------------------|---------------|
| EK1                               | K_W20,<br>K_U09, K_U12,<br>K_W14    | Cel1            | W2 W3 W4 W5<br>W6 W7 W8 W9<br>W10 C1       | M1 M4 M5           | F1 P1 P2      |
| EK2                               | K_W20,<br>K_U09, K_U12,<br>K_W14    | Cel1            | W1 W2 W3 W4<br>W5 W6 W7 W8<br>W9 W10 C1 C2 | M1 M4 M5           | F1 P1 P2      |
| EK3                               | K_U16,<br>K_W14, K_K04              | Cel1            | W1 W2 W3 W4<br>W5 W6 W10 C1<br>C2          | M1 M2 M3 M4<br>M5  | F2 P2         |
| EK4                               | K_U09                               | Cel1            | W1 W2 W3 W4<br>W5 W6 W7 W8<br>W9 W10 C1    | M4                 | F1 P1 P2      |
| EK5                               | K_U16                               | Cel1            | C2                                         | M1 M2 M3           | F2 P2         |
| EK6                               | K_K04                               | Cel1            | C2                                         | M1 M2 M3 M4        | F2 P2         |

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA:

- 1 Oleksiuk A. — *Marketing usług turystycznych*, Warszawa, 2009, Difin
- 2 Mazurkiewicz L. — *Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym*, Warszawa, 2002, PWE

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- 1 Panasiuk A. (red.) — *Marketing usług turystycznych*, Warszawa, 2006, PWN

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr hab. Jan Szumilak (kontakt: jan.szumilak@awf.krakow.pl)



**OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT**

dr hab. Jan Szumilak (kontakt: jan.szumilak@awf.krakow.pl)

mgr Witold Zych (kontakt: witold.zych@awf.krakow.pl)

**13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI**

---

|                     |                               |             |           |
|---------------------|-------------------------------|-------------|-----------|
| (miejscowość, data) | (odpowiedzialny za przedmiot) | (kierownik) | (dziekan) |
|---------------------|-------------------------------|-------------|-----------|

**PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI** (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....

.....