*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia: 2020/2021 – 2021/2022**

**Rok akademicki: 2021/2022**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | MARKETING USŁUG HOTELARSKICH |
| Kod przedmiotu\* |  |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Medycznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Nauk o Kulturze Fizycznej |
| Kierunek studiów | Turystyka i Rekreacja |
| Poziom studiów | Studia drugiego stopnia |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | 2.tir.sum., semestr III |
| Rodzaj przedmiotu | Moduł VII - Hotelarstwo i gastronomia |
| Język wykładowy | Polski |
| Koordynator | dr Paweł Łuka |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr Paweł Łuka |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| **III** |  | **20** |  |  |  |  |  |  | **2** |

1.2. Sposób realizacji zajęć: zajęcia w formie tradycyjnej

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu:

Ćwiczenia: zaliczenie z oceną

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Wiedza z przedmiotów: Podstawy Marketingu, Ekonomia i Zarządzanie, Hotelarstwo |

3. cele, efekty uczenia się , treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Poznanie podstawowych narzędzi marketingowych wykorzystywanych w sektorze hotelarskim |
| C2 | Kształcenie umiejętności podejmowania optymalnych decyzji w zarządzaniu marketingowym |
| C3 | Zrozumienie podstawowej roli zarządzania marketingowego w sektorze hotelarskim |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK\_01 | Absolwent zna i rozumie metody marketingowe w turystyce i rekreacji | K\_W09 |
| EK\_02 | Absolwent potrafi wykorzystać umiejętność planowania i wdrażania programów i projektów z zakresu turystyki i rekreacji na różnych poziomach zarządzania | K\_U06 |
| EK\_03 | Absolwent jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy | K\_K06 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Główne narzędzia Marketing Mix wykorzystywane w usługach hotelarskich |
| Segmentacja rynku hotelarskiego |
| Tworzenie profilu konsumenta w wybranej destynacji |
| Dywersyfikacja produktu hotelarskiego |
| Główne usługi sprzedawane w zakładach hotelarskich |
| Metody ustalania cen w przedsiębiorstwach hotelarskich |
| Miejsce sprzedaży i dystrybucja |
| Komunikacja z klientem w całym procesie sprzedaży |

3.4 Metody dydaktyczne

*Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, rozwiązywanie zadań, dyskusja*

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia sie  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| ek\_ 01 | projekt | ćw |
| EK\_ 02 | projekt, obserwacja w trakcie zajęć | ćw |
| EK\_ 03 | projekt, obserwacja w trakcie zajęć | ćw |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Ćwiczenia:  ocena aktywności na zajęciach, ocena wykonanych przez studenta ćwiczeń i zadań, ocena prac grupowych - uzyskanie minimum 51% punktów  51% - 60% - 3,0  61% - 70% - 3,5  71% - 80% - 4,0  81% - 90% - 4,5  91% - 100% - 5,0 |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 20 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 2 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 30 |
| **SUMA GODZIN** | **52** |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | **2** |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy |  |
| zasady i formy odbywania praktyk |  |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   1. Turkowski M., Marketing usług hotelarskich, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2017 2. Michalski E., Marketing Podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013 3. Borkowski S., Wszendybył E., Jakość i efektywność usług hotelarskich, PWN, Warszawa 2015 4. Milewska M., Włodarczyk B, Hotelarstwo. Podstawowe wiadomości, PWE Warszawa 2017 |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)