

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje wstępne

Nazwa przedmiotu	Zachowanie konsumenta na rynku turystycznym
Wydział	Wydział Prawa
Kierunek	Turystyka i rekreacja
Specjalność/Ścieżka specjalizacyjna	hotelarstwo i przemysł spotkań
Poziom PRK	6 PRK
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	studia stacjonarne
Grupa zajęć	—
Liczba punktów ECTS	2
Rodzaj przedmiotu	specjalizacyjny
Liczba godzin ogółem	15 godz.
Cykl dydaktyczny	2021/2022 zimowy
Semestr studiów	4
Rok studiów	2
Profil kształcenia	praktyczny
Rok realizacji	2022/2023
Język wykładowy	polski
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	dr Marek Rawski (e-mail: mrawski@uafm.edu.pl)

Semestr, liczba punktów ECTS, rodzaj zajęć, liczba godzin w planie studiów

Semestr	Wykład
4	15 godz. 2 ECTS

2. Cele przedmiotu

C1	Student zna i rozumie różne modele podejmowania decyzji przez konsumentów oraz zna proces decyzyjny konsumenta w turystyce i uwarunkowania realizacji poszczególnych etapów tego procesu
----	--

3. Wymagania wstępne

Student potrafi dokonać analizy zachowania się konkretnego konsumenta i zidentyfikować czynniki determinujące to zachowanie

4. Opis efektów uczenia się

W1	Wiedza: Student zna i rozumie różne modele podejmowania decyzji przez konsumenta oraz zna proces zachowania się konsumenta na rynku turystycznym i zna główne czynniki determinujące jego zachowanie w poszczególnych etapach tego procesu	EUK6_W4, EUK6_W5
U1	Umiejętności: Student potrafi dokonać analizy zachowania się konkretnego konsumenta na rynku turystycznym i dokonać identyfikacji czynników warunkujących to zachowanie	EUK6_U1, EUK6_U2
K1	Kompetencje społeczne: Student jest świadomy konieczności stałego uaktualniania wiedzy, ma ukształtowaną postawę "rynkową" i jest przygotowany do pracy z klientami firm turystycznych	EUK6_KS1, EUK6_KS3

5. Treści programowe

Wykład (15 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 4)
Wyk1	Zachowanie konsumenta - pojęcie, zakres, rodzaje
Wyk2	Modele podejmowania decyzji przez konsumentów (proste, złożone, behawioralne)
Wyk3	Zachowania konsumenta na rynku turystycznym w ujęciu modelowy (proces decyzyjny, modele zachowań)
Wyk4	Uwarunkowania wewnętrzne zachowania konsumentów na rynku turystycznym (czynniki psychologiczne, czynniki personalno-demograficzne)
Wyk5	Uwarunkowania zewnętrzne zachowań konsumentów na rynku turystyczny (czynniki społeczno-kulturowe, czynniki ekonomiczne)

6. Metody dydaktyczne

Wykład	
M1	Analiza przypadków
M20	Wykłady

7. Nakład pracy studenta

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
Wykład	15 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Praca własna studenta	
zapoznanie się z literaturą, Praca własna studenta	35 godz.

Całkowite obciążenia	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	50 godz.
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2 ECTS

8. Kryteria oceny

Warunki zaliczenia przedmiotu:

Aby "zaliczyć" kurs należy poddać się próbie, tj. przystąpić do testu. Test składa się z 30 pytań, budowanych według tego samego schematu. Do każdego pytania "pasują" trzy odpowiedzi: tak, nie, nie wiem. Za dobrą odpowiedź można uzyskać +1 pkt, za złą -0.5 pkt, za odpowiedź nie wiem 0 pkt. Aby "zaliczyć" test należy uzyskać min. +8 pkt

Wykłady (Egzamin końcowy / Zaliczenie końcowe)	
Na ocenę 5:	z testu między 25 - 30 pkt
Na ocenę 4,5:	z testu między 20 - 25 pkt
Na ocenę 4:	z testu między 15 - 20 pkt
Na ocenę 3,5:	z testu między 10 - 15 pkt
Na ocenę 3:	z testu między 8 - 10 pkt

9. Literatura

Literatura podstawowa

1. Rudnicki L., Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Proksenia, Kraków 2010
2. Mazurek-Kusiak A.K., Model zachowań konsumentów na rynku turystycznym, Instytut Nakowo-Wydawniczy "Spatium", Radom 2019

Literatura uzupełniająca

1. Dobiegała-Korona B. (red.) Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Almamer, Warszawa 2010
2. Niemczyk A., Zachowania konsumenta na rynku turystycznym, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2010

Publikacje prowadzącego

1. Ocena relacji: oczekiwania turystów – produkt turystyczny metodą refleksji strategicznej, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, 2017, nr 328; seria: Zarządzanie nr 11

10. Informacja o osobach prowadzących zajęcia

Osoby prowadzące zajęcia

dr Marek Rawski (e-mail: mrawski@uafm.edu.pl)