

KARTA PRZEDMIOTU

1. Informacje wstępne

Nazwa przedmiotu	Marketing usług hotelarskich
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	20 godz.
Cykl dydaktyczny	2021/2022 zimowy
Semestr studiów	5
Rok studiów	3
Profil kształcenia	praktyczny
Rok realizacji	2023/2024
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	Ćwiczenia	ECTS
5	10 godz.	10 godz.	2

2. Cele przedmiotu

C1	Celem zajęć jest dostarczenie wiedzy na temat istoty, specyfiki, narzędziami i regułami związanymi z wykorzystaniem koncepcji marketingu w hotelarstwie oraz umożliwienie nabycia umiejętności związanych z samodzielnym tworzeniem programów marketingowych dla hoteli
----	---

3. Wymagania wstępne

Student powinien posiadać elementarną wiedzę o marketingu i elementarną wiedzę o funkcjonowaniu hotelu

4. Opis efektów uczenia się

W1	Wiedza: Student zna i rozumie specyfikę realizacji marketingu w działalności hotelarskiej, jego znaczenie w procesie zarządzania hotelem oraz zna instrumenty marketingowe wykorzystywane w procesie zarządzania	EUK6_W1, EUK6_W2, EUK6_W5
U1	Umiejętności: Student potrafi "postrzegać" oczyma marketera funkcjonowanie hotelu i opisać zachodzące zjawiska językiem marketingu, a także "stworzyć" (wykorzystując wiedzę teoretyczną) praktyczne programy wykorzystania marketingu w działalności hotelu	EUK6_U1, EUK6_U7
K1	Kompetencje społeczne: Student jest świadomy konieczności stałego uaktualniania swojej wiedzy, jest gotów weryfikować posiadane informacje, jest otwarty na zmiany w obszarze marketingu. ma ukształtowaną postawę "rynkową" i potrafi pracować w zespole	EUK6_KS1, EUK6_KS3

5. Treści programowe

Wykład (10 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 5)
Wyk1	Cechy usługi hotelarskiej i jej mierniki
Wyk2	Otoczenie przedsiębiorstwa hotelowego i metody jego badania
Wyk3	Jakość usług hotelarskich i systemy jej oceny
Wyk4	Personel hotelu jako element marketingu
Wyk5	Zarządzanie marketingiem w przedsiębiorstwach hotelarskich

Ćwiczenia (10 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 5)
Cw1	Usługa hotelarska jako produkt w ujęciu marketingowym
Cw2	Kalkulacje ceny usługi hotelarskiej
Cw3	Kanały dystrybucji usługi hotelarskiej
Cw4	Narzędzia promocji usługi hotelarskiej
Cw5	Segmentacja rynku usług hotelarskich

6. Metody dydaktyczne

Wykład	
M1	Analiza przypadków
M6	Dyskusja
M20	Wykłady
Ćwiczenia	
M18	Rozwiązywanie zadań
M19	Studium przypadku

7. Nakład pracy studenta

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
---------------------------	---------------------

Wykład	10 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Ćwiczenia	10 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

Praca własna studenta	
	30 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:

Warunkiem uzyskania zaliczenia przedmiotu jest "zaliczenie" zadań wykonywanych na ćwiczeniach i "zaliczenie" testu końcowego

Wykłady (Egzamin końcowy / Zaliczenie końcowe)	
Na ocenę 5:	Należy uzyskać z testu pomiędzy 91% - 100% punktów
Na ocenę 4,5:	Należy uzyskać z testu pomiędzy 81% - 90% punktów
Na ocenę 4:	Należy uzyskać z testu pomiędzy 71% - 80% punktów
Na ocenę 3,5:	Należy uzyskać z testu pomiędzy 61% - 70% punktów
Na ocenę 3:	Należy uzyskać z testu pomiędzy 51% - 60% punktów

Ćwiczenia	
Na ocenę 5:	Należy uzyskać z rozwiązywanych zadań pomiędzy 92% - 100% punktów
Na ocenę 4,5:	należy uzyskać z rozwiązywanych zadań pomiędzy 84% - 92% punktów
Na ocenę 4:	należy uzyskać z rozwiązywanych zadań pomiędzy 76% - 84% punktów
Na ocenę 3,5:	Należy uzyskać z rozwiązywanych zadań pomiędzy 68% - 76% punktów
Na ocenę 3:	Należy uzyskać z rozwiązywanych zadań pomiędzy 60% - 68% punktów

9. Literatura

Literatura podstawowa

1. Turkowski M., Marketing usług hotelarskich, PWE, Warszawa 2010
2. Piasta J., Marketing w hotelarstwie, Wydawnictwo: Jacek Piasta - Doradztwo, Warszawa 2007

Literatura uzupełniająca

1. Kozłicka B., Osowska K., Marketing usług hotelarskich, Difin, Warszawa 2010
2. Cetner J., Marketing w hotelarstwie, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2013

10. Informacja o osobach prowadzących zajęcia

Osoby prowadzące zajęcia

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