

1.	Field of study	Geography
2.	Academic year of entry	2018/2019 (winter term)
3.	Level of qualifications/degree	second-cycle studies
4.	Degree profile	general academic
5.	Mode of study	full-time

Module: Moduł specjalizacyjny: Zarządzanie i marketing w turystyce

Module code: 04-GF-S2-GG2-906

1. Number of the ECTS credits: 9

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
04-GG2-906_1	zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, sposoby zarządzania i działań marketingowych	KGG2_W01	3
04-GG2-906_2	zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia marketingowe, w tym techniki pozyskiwania danych niezbędnych w procesie marketingowym, a także identyfikowania rządzących nimi prawidłowości	KGG2_W17	2
04-GG2-906_3	wykazuje umiejętność krytycznej analizy i selekcji informacji marketingowych, zwłaszcza ze źródeł elektronicznych	KGG2_U05	3
04-GG2-906_4	potrafi wykorzystać wiedzę marketingową do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk ekonomicznych oraz potrafi formułować własne opinie i dobierać krytycznie dane i metody analiz	KGG2_U13	2
04-GG2-906_5	ma pogłębioną wiedzę z zakresu tych nauk ścisłych, z którymi związane są nauki geograficzne	KGG2_W05	3

3. Module description

Description	Moduł. Celem dydaktycznym przedmiotu jest przekazanie studentom praktycznej wiedzy z zakresu realizacji i specyfiki funkcji marketingowej w przedsiębiorstwach usług turystycznych. Szczególny nacisk zostanie położony na rozwiązywanie przez studentów praktycznych problemów w zakresie marketingowych decyzji strategicznych oraz taktycznych w przedsiębiorstwach sektora turystycznego.
Prerequisites	

4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
04-GG2-906_w_1	kolokwium pisemne	weryfikacja wiedzy w oparciu o treść wykładów i wskazaną w sylabusie literaturę	04-GG2-906_1, 04-GG2-906_2, 04-GG2-906_5

04-GG2-906_w_2	wystąpienie ustne	prezentacja wyników opracowania zadanego tematu , ocena umiejętności formułowania własnych argumentów w czasie ustnej debaty, ocena umiejętności prezentowania wybranych problemów rozwoju	04-GG2-906_3, 04-GG2-906_4
----------------	-------------------	--	----------------------------

5. Forms of teaching						
code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
04-GG2-906_fs_1	lecture	Realizacja za pomocą technik multimedialnych następujących treści: Usługi turystyczne, usługi miejsca, – podstawowe pojęcia i definicje. Przedsiębiorstwo turystyczne w otoczeniu rynkowym – studium przypadku –analiza otoczenia marketingowego. Wybrane zagadnienia badań marketingowych – przykłady badań na rynku usług turystycznych. itp.	20	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy odnośnie wskazanych zagadnień podstawowych	65	04-GG2-906_w_1
04-GG2-906_fs_2	laboratory classes	Przygotowanie prezentacji multimedialnej i omówienie podanych zagadnień.	20	przygotowanie do ćwiczeń przez samodzielną lekturę wskazanych tekstów oraz opracowanie prezentacji w programie komputerowym, wywiady terenowe	100	04-GG2-906_w_2