

1.	Nazwa kierunku	geografia
2.	Cykl rozpoczęcia	2014/2015 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Zarządzanie i marketing w turystyce

Kod modułu: 04-GG2-13-906

1. Liczba punktów ECTS: 9

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
04-GG2-906_1	zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, sposoby zarządzania i działań marketingowych	KG2_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	KG2_W17	2
04-GG2-906_3	wykazuje umiejętność krytycznej analizy i selekcji informacji marketingowych, zwłaszcza ze źródeł elektronicznych	KG2_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 dobrać krytycznie dane i metody analiz	KG2_U13	2
04-GG2-906_5	ma pogłębioną wiedzę z zakresu tych nauk ścisłych, z którymi związane są nauki geograficzne	KG2_W05	3

3. Opis modułu

Opis	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.
Wymagania wstępne	

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
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	wystąpienie ustne	prezentacja wyników opracowania zadanego tematu, ocena umiejętności formułowania	

_2	własnych argumentów w czasie ustnej debaty, ocena umiejętności prezentowania wybranych problemów rozwoju	04-GG2-906_3, 04-GG2-906_4
----	--	----------------------------

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
04-GG2-906_fs_1	wykład	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.	30	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy odnośnie wskazanych zagadnień podstawowych	65	04-GG2-906_w_1
04-GG2-906_fs_2	laboratorium	Przygotowanie prezentacji multimedialnej i omówienie podanych zagadnień.	30	przygotowanie do ćwiczeń przez samodzielną lekturę wskazanych tekstów oraz opracowanie prezentacji w programie komputerowym, wywiady terenowe	100	04-GG2-906_w_2