

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Marketingowe koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem , PG_00167949						
Kierunek studiów	Krajoznawstwo i turystyka historyczna (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	1		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	2		Liczba punktów ECTS		3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Urszula Kęprowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Urszula Kęprowska				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15		4.0		60.0	79
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką zarządzania przedsiębiorstwem według koncepcji marketingu, przedstawienie celów, metod i technik zarządzania marketingowego, zapoznanie z narzędziami zarządzania i narzędziami marketingu mix według koncepcji nowych 4P: ludzi, procesów, programów, dokonań.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[KiTHMU2_K05] Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do planowania, organizowania i kontrolowania marketingu w przedsiębiorstwie turystycznym.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[KiTHMU2_U05] Stosuje poprawnie w mowie i w piśmie terminologię fachową właściwą dla dyscyplin, do których przypisany jest kierunek studiów	Stosuje poprawnie w mowie i w piśmie terminologię marketingową w ujęciu zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[KiTHMU2_W09] Zna i rozumie w pogłębionym zakresie wybrane zagadnienia związane z funkcjonowaniem rynku turystycznego oraz różnymi formami przedsiębiorczości w turystyce	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie zagadnienia marketingowego funkcjonowania i zarządzania firmą funkcjonującą na rynku turystycznym.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[KiTHMU2_W04] Zna w pogłębionym stopniu wybrane zagadnienia z zakresu dyscyplin, do których przypisany jest kierunek studiów	Zna w pogłębionym stopniu marketingowe zagadnienia zarządzania firmą turystyczną.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[KiTHMU2_K06] Dostrzega i formułuje problemy etyczne związane z pracą zawodową i popularyzacją wiedzy	Dostrzega i formułuje problemy etyczne marketingu i zarządzania marketingowego, związane z pracą menedżera w firmie turystycznej..	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
Treści przedmiotu	Istota marketingu usług turystycznych; Proces planowania marketingowego w przedsiębiorstwie turystycznym; Formułowanie strategii marketingowej (analiza rynku, segmentacja rynku); Zachowanie klienta na rynku turystycznym; Produkt turystyczny (rodzaje, marka, jakość usług turystycznych); Strategie cenowe i metody wyznaczania cen; Planowanie dystrybucji (kanały dystrybucji); Promocja produktu turystycznego (strategie, narzędzia); Personel jako element strategii marketingowej		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	projekt	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	M. Johann, Strategie marketingowe w turystyce, Difin, Warszawa 2009 - W.Dryl, T. Dryl, U.Kępcowska, Nowe 4P Marketingu, CeDeWu Warszawa 2023 - red. M.Czerska, A.Szpitter, Koncepcje zarządzani.podręcznik akademicki, Beck Warszawa 2010 - E.Michalski, Zarządzanie przedsiębiorstwa. Podręcznik Akademicki, PWE Warszawa 202 A. Oleksiuk, Marketing usług turystycznych, Difin, Warszawa 2009 A. Panasiuk, Rynek turystyczny. Struktura, procesy, tendencje, Difin, Warszawa 2019	
	Uzupełniająca lista lektur	A. Czubala, R. Niestrój, A. Pabian, Marketing w przedsiębiorstwie - ujęcie operacyjne, Warszawa 2020. - red. A. Panasiuk, Marketing usług turystycznych, PWN, Warszawa 2007.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	zaprojektuj działania promocji marki w mediach społecznościowych		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.