

Program przedmiotu

- Nazwa przedmiotu / moduł przedmiotowy: **BIZNESPLAN**
- Język wykładowy: **POLSKI**
- Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **Wszystkie aktywne**
 - Poziom studiów: **STUDIA I STOPNIA**
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
- Nadzór nad realizacją przedmiotu:
 - Instytut/Inna jednostka: **IZIGUT**
Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu: nie dotyczy
- Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																						
Forma zajęć																				Razem		
Forma studiów	Wykład	PWS	ECTS	Ćwiczenia	PWS	ECTS	Zajęcia warsztatowe	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	ECTS
Stacjonarne							12	13	1													1
Niestacjonarne							8	17														
Rygor zaliczenia	...						Zaliczenie na ocenę															

6. Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS

1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w zajęciach warsztatowych*	12/8
Samodzielne przygotowanie się do warsztatów*	13/17
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	25/25
Punkty ECTS	1
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	25/25
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	12/8

7. Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć:

8. Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu		Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Symbol efektu	Opis efektu			
Wiedza				
K_W11	Student wyjaśnia ogólne zasady tworzenia biznesplanu w odniesieniu do rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości na rynku turystycznym	Zajęcia warsztatowe	gra symulacyjna	osiągnięte wyniki w grze symulacyjnej
Umiejętności				
K_U07	Student dobiera dane, analizuje i potrafi wykorzystać metody sporządzania biznesplanu dla celów gospodarczych; posiada umiejętność analizy i proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia, posiada umiejętność wdrażania proponowanych rozwiązań	Zajęcia warsztatowe	gra symulacyjna	osiągnięte wyniki w grze symulacyjnej
K_U09	Student przygotowuje opracowania podstawowych problemów z zakresu indywidualnej przedsiębiorczości i tworzenia biznesplanu z zachowaniem podstawowych metod pozyskiwania danych, ich przetwarzania i dokumentacji	Zajęcia warsztatowe	gra symulacyjna	osiągnięte wyniki w grze symulacyjnej
Kompetencje społeczne				
K_K05	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy; umie wykorzystać biznesplan w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym	Zajęcia warsztatowe	gra symulacyjna	osiągnięte wyniki w grze symulacyjnej

Program przedmiotu

9. Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen:

Symulacja zarządzania wirtualnym przedsiębiorstwem:

0-19 poziomu: ndst

20-25: dst

26-30: dst+

31-35: db

36-40: db+

40-48: bdb

W przypadku zaliczenia na ocenę: Ocena końcowa wystawiona z przedmiotu (i jego formy) interpretowana jest w sposób następujący: 5.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane, z ewentualnymi pojedynczymi nieścisłościami, które nie mają znaczenia dla osiągnięcia poszczególnych efektów; 4.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z nielicznymi błędami; 4.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z pojedynczymi brakami; 3.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z błędami lub brakami; 3.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z dużymi błędami lub brakami (poziom minimalnie wymagany, akceptowany przez nauczyciela akademickiego)

10. Treści kształcenia – zajęcia warsztatowe:

Określenie źródeł i kosztu finansowania

Określenie otoczenia rynkowego technologicznego i demograficznego

Segment docelowy

Prognozowanie przychodów, kosztów i wyników projektu dotyczącego biznes planu

Budowanie przewagi konkurencyjnej, innowacyjności

Analiza konkurencji

Rachunek zysków i strat

Główne grupy wskaźników: rentowność, płynność, struktura kapitałowo majątkowa, obsługa długu

Zatrudnianie pracowników. Polityka personalna.

Finansowanie działalności gospodarczej.

11. Wymagane środki dydaktyczne: rzutnik, laptop, program Coffee Manager

12. Literatura przedmiotu:

a. Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):

- Ciechan-Kujawa Marlena, Biznesplan: standardy i praktyka, PWN, Warszawa

b. Literatura uzupełniająca:

- Tracy B., 2010, Plan lotu, PWN, Warszawa
- Filar E., Skrzypek J., Biznes plan, poltekst, Warszawa

13. Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.): nie dotyczy

14. Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1. zajęcia warsztatowe	
2.	

Program przedmiotu

- Nazwa przedmiotu / modułu przedmiotowy: **E-COMMERCE I KOMUNIKACJA MARKETINGOWA**
- Język wykładowy: **POLSKI**
- Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **Wszystkie aktywne**
 - Poziom studiów: studia I stopnia
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
- Nadzór nad realizacją przedmiotu:
 - Instytut/Inna jednostka: **IZIGUT**
 - Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu: nie dotyczy
- Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																						
Forma zajęć	Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																				Razem	
	Wykład	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	Zajęcia projektowe	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS		ECTS
Stacjonarne	12	13	1				2	23	1													2
Niestacjonarne	8	17					2	23														
Rygor zaliczenia	Zaliczenie na ocenę			...			Zaliczenie na ocenę			...												

- Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS
1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w wykładach	12/8 h
Wykonanie projektu i dokumentacji*	25/25 h
Przygotowanie do zaliczenia wykładów	12/16 h
Udział w zaliczeniu wykładu	1/1
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	50
Punkty ECTS	2 Ects
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	25/25 h
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	15/11 h

- Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć: brak
- Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu		Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Symbol efektu	Opis efektu			
Wiedza				
K_W03 K_W04	Definiuje e-commerce, zna genezę handlu elektronicznego i jego znaczenie dla rozwoju rynku turystycznego, zna aktualny kształt i kierunki rozwoju e-commerce, Wymienia i definiuje cele, funkcje, zasady komunikacji marketingowej	Wykład	Wykład informacyjny/wykład problemowy	Test
K_W07	Wyjaśnia podstawowe strategię e-commerce'a, podstawowe narzędzia i strategię marketingu i reklamy w e-commerce. Wymienia i definiuje narzędzia i procedury komunikacji marketingowej	Wykład	Wykład informacyjny/wykład problemowy	Test
K_W11	Identyfikuje znaczenie narzędzi komunikacji marketingowej w rozwoju podmiotu gospodarczego	Wykład	Wykład problemowy	Test
Umiejętności				
K_U03 K_U07 K_U08	Projektuje założenia strategii komunikacji marketingowej 360 stopni dla obiektu rynkowego w wybranej sytuacji problemowej	Zajęcia projektowe	Metody ćwiczeniowo-praktyczne: metoda projektu	Merytorycznie poprawna realizacja projektu z prezentacją przed wykładowcą (raport z projektu)
Kompetencje społeczne				
K_K01	Jest gotów do dyskusji i odbioru krytyki własnej pracy	Zajęcia projektowe	Metody ćwiczeniowo-praktyczne: metoda projektu Dyskusja	Merytorycznie poprawna realizacja projektu z prezentacją przed wykładowcą (raport z projektu), udział w dyskusji

- Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen: wykład i projekt
 Wykład: Na ocenę końcową składa się zaliczenie testu (100%)

Program przedmiotu

Zajęcia projektowe: wykonywanie raportu z projektu (90%) i udział w dyskusji (10%)

W przypadku zaliczenia na ocenę: Ocena końcowa wystawiona z przedmiotu (i jego formy) interpretowana jest w sposób następujący: 5.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane, z ewentualnymi pojedynczymi nieścisłościami, które nie mają znaczenia dla osiągnięcia poszczególnych efektów; 4.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z nielicznymi błędami; 4.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z pojedynczymi brakami; 3.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z błędami lub brakami; 3.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z dużymi błędami lub brakami (poziom minimalnie wymagany, akceptowany przez nauczyciela akademickiego)

10. Treści kształcenia wraz z formą zajęć, na której są realizowane

a. Nazwa grupy zagadnień - wykład

Znaczenie pojęcia e-commerce. Modele biznesowe. Typy e-commerce'a. Strategia e-commerce'a – etapy. Podstawowe narzędzia, strategie marketingu i reklamy w e-commerce. Zalety i wady e-commerce'a. Podstawowe pojęcia zachowań konsumenckich i decyzji zakupowych w Internecie. Jak dotrzeć do klienta. Istota content marketingu. Opisy wspierające sprzedaż – skuteczność i poprawność. Newsletter – charakterystyka. Ważne cechy strony e-sklepu. Komunikacja marketingowa w Internecie i jej główne założenia. Analiza wybranych typów e-commerce

b. Nazwa grupy zagadnień – Zajęcia projektowe

Projekt założeń strategii komunikacji – marketingowej 360 stopni w wybranej sytuacji problemowej

11. Wymagane środki dydaktyczne: brak specjalnych wymagań

12. Literatura przedmiotu:

a. Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):

Wiktor Jan W., Komunikacja marketingowa : modele, struktury, formy przekazu

b. Literatura uzupełniająca:

D. Chaffey, Digital Business i E-Commerce Management, PWN, 2016

J. Skorupska, E-commerce, Strategia-Zarządzanie-Finanse, PWN, 2017

B. Stawarz-Garcia, Content Marketing i social media, PWN, 2017

T. Taranko, Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty, Gab, 2018.

c. Netografia: adres strony, stan z dnia: nie dotyczy

13. Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.): nie dotyczy

14. Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1.Wykład	
2.Zajęcia projektowe	

Program przedmiotu

- Nazwa przedmiotu / modułu przedmiotowy: **MARKETING USŁUG**
- Język wykładowy: **POLSKI**
- Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **Wszystkie aktywne**
 - Poziom studiów: **STUDIA I STOPNIA**
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
- Nadzór nad realizacją przedmiotu:
 - Instytut/Inna jednostka: **IZIGUT**
 - Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu: nie dotyczy
- Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																					
Forma zajęć / Forma studiów	Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																		Razem		
	Wykład	PWS	ECTS	Ćwiczenia	PWS	ECTS	Zajęcia projektowe	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	ECTS		
Stacjonarne				12	13	1	4	46	2											3	
Niestacjonarne				8	17		4	46													
Rygor zaliczenia	...			Zaliczenie na ocenę			Zaliczenie														

- Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS
1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w ćwiczeniach*	12/8
Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń*	13/17
Udział w zajęciach projektowych*	4/4
Wykonanie projektu na zadany temat/analiza informacji itp.	46/46
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	75/75
Punkty ECTS	3
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	75/75
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	16/12

- Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć: **brak**
- Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu		Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Symbol efektu	Opis efektu			
Wiedza				
K_W03	Student zna podstawowe zagadnienie marketingu usług oraz najważniejsze procesy i zjawiska wchodzące w jego zakres	ćwiczenia	Metody ćwiczeniowe	Analiza informacji na zadany temat - referat
Umiejętności				
K_U02	Wykorzystuje wiedzę teoretyczną do działań związanych z marketingiem usług	ćwiczenia	ćwiczeniowo-praktyczna projekt, dyskusja	Wypowiedz ustna i praca pisemna (raport z realizacji projektu) – analiza dopasowania cen i kanałów dystrybucji do losowo przydzielonego segmentu konsumentów
K_U07	Analizuje konkretne problemy marketingu usług i proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia w tym zakresie	ćwiczenia	ćwiczeniowo-praktyczna referat, dyskusja	Wypowiedz ustna i praca pisemna – analiza dopasowania cen i kanałów dystrybucji do losowo przydzielonego segmentu konsumentów
K_U09	Przygotowuje opracowania wybranych problemów z zakresu marketingu usług z wykorzystaniem metod pozyskiwania danych rynkowych, ich przetwarzania i dokumentacji.	ćwiczenia zajęcia projektowe	ćwiczeniowo-praktyczna projekt, dyskusja	Wypowiedz ustna i praca pisemna (raport z realizacji projektu) – analiza dopasowania cen i kanałów dystrybucji do losowo przydzielonego segmentu konsumentów;
K_U10	Student posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w j. polskim i obcym, w zakresie problemowym związanym z marketingiem usług z wykorzystaniem	Zajęcia projektowe	metoda ćwiczeniowo-praktyczna - projekt	raport z realizacji projektu

Program przedmiotu

	niem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i metod prezentacji danych			
Kompetencje społeczne				
K_K02	Student jest świadomy znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz korzystania z wiedzy ekspertów z zakresu marketingu usług	Zajęcia projektowe	metoda ćwiczeniowo-praktyczna - projekt	raport z realizacji projektu

9. Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen:

Ćwiczenia: poprawnie merytorycznie opracowanie zadań wskazanych przez prowadzącego: przygotowanie referatu – 20%, wypowiedzi ustne 20% (udział w dyskusji), raport z projektu 60%

W przypadku zaliczenia na ocenę: Ocena końcowa wystawiona z przedmiotu (i jego formy) interpretowana jest w sposób następujący: 5.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane, z ewentualnymi pojedynczymi nieścisłościami, które nie mają znaczenia dla osiągnięcia poszczególnych efektów; 4.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z nielicznymi błędami; 4.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z pojedynczymi brakami; 3.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z błędami lub brakami; 3.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z dużymi błędami lub brakami (poziom minimalnie wymagany, akceptowany przez nauczyciela akademickiego)

10. Treści kształcenia - ćwiczenia

Zagadnienia są wspólne dla trzech form: wykładów, warsztatów i zajęć zdalnych.

a) Pojęcie i elementy marketingu usług turystycznych

- Definiowanie marketingu
- Koncepcja marketingu – mix w usługach turystycznych na przykładzie działań POT
- Marketing jako proces społeczny i zarządczy
- Funkcje marketingu
- Marketing tradycyjny i nowoczesny

b) Segmentacja i typologia rynków turystycznych

- Zachowania nabywców
- Proces zakupu
- Segmenty i nisze rynkowe (analiza rynków priorytetowych POT)
- Kryteria segmentacji i wybór rynku docelowego

c) Strategia produktu-usługi

- Pojęcie i rodzaje usług
- Struktura usługi
- Cykl życia usługi
- Marka
- Jakość usług turystycznych: sposoby pomiaru

d) Strategia dystrybucji usług turystycznych (na przykładzie Wakacje.pl SA)

- Pojęcie i funkcje dystrybucji
- Rodzaje i zasady kształtowania kanałów dystrybucji
- Decyzje podejmowane w kanałach dystrybucji

e) Strategia cen usług turystycznych

- Składniki decyzji cenowych
- Sposoby kalkulacji cen
- Polityka cenowa
- Możliwości stosowania cen jako aktywnych czynników marketingowych

f) Strategia promocji usług turystycznych

- Promocja - mix
- Reklama
- Sprzedaż osobista
- Promocja sprzedaży
- Public relations
- Zasady tworzenia kampanii promocyjnej

g) Personel usługowy

- Znaczenie personelu w procesie świadczenia usług turystycznych
- Pracownicy pierwszego kontaktu
- Dobór, szkolenie i doskonalenie personelu

h) Marketing partnerski

- Podstawowe zasady marketingu partnerskiego
- Nawiązywanie i utrzymywanie trwałych relacji z klientami i innymi uczestnikami otoczenia

Program przedmiotu

- Strategie CRM

i) Zadanie projektowe

11. Wymagane środki dydaktyczne: **komputer, projektor**

12. Literatura przedmiotu:

Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):

A.Styś, 2003, Marketing usług, PWE, Warszawa

Ph.Kotler, Marketing: Podręcznik europejski, Warszawa, 2005

Literatura uzupełniająca: zapis j.w.

Ph.Kotler, 2006, Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola, Gebethner & S-ka, Warszawa

Ph.Kotler, G.Armstrong, J.Saunders, V.Wong, 2005, Marketing, Rebis, Warszawa

J.Otto, 2004, Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie, Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa

E.Michalski, 2007, Marketing. Podręcznik akademicki, PWN, Warszawa

13. Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.)

14. Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1. ćwiczenia	
2. zajęcia projektowe	

Program przedmiotu

- Nazwa przedmiotu / modułu przedmiotowy: **OBŚLUGA KLIENTA**
- Język wykładowy: **POLSKI**
- Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **Wszystkie obowiązujące**
 - Poziom studiów: studia I stopnia
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
- Nadzór nad realizacją przedmiotu:
 - Instytut/Inna jednostka: **IZIGUT**
 - Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu: n/d
- Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																							
Forma zajęć																				Razem			
Forma studiów	Wykład	PWS	ECTS	Zajęcia warsztatowe	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	ECTS	
Stacjonarne	12	13	1	22	28	2																	3
Niestacjonarne	8	17		18	32																		
Rygor zaliczenia	Egzamin		Zaliczenie na ocenę																				

- Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS
1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w wykładach	12/8 h
Udział w zajęciach warsztatowych*	22/18 h
Samodzielne przygotowanie się do zajęć warsztatowych*	10/12 h
Wykonanie prezentacji na zadany temat	18/20 h
Przygotowanie do zaliczenia wykładu	12/16 h
Udział w egzaminie	1/1 h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	75
Punkty ECTS	3
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	50/50
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	35/27

- Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć: brak
- Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu				
Symbol efektu	Opis efektu	Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Wiedza				
K-W07	Student charakteryzuje podstawowe regulacje prawne w obsłudze turystycznej konsumenta; wyjaśnia i opisuje w stopniu szczegółowym zasady obsługi klienta	Wykład	Wykład informacyjny, konwersatoryjny	Egzamin ustny
Umiejętności				
K_U02	wykorzystuje wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania zachowań oraz interakcji między obsługującym a klientem,	Zajęcia warsztatowe	Symulacja	Raport z projektu
K_U05	posługuje się wybranymi normami etycznymi, moralnymi i regułami panującymi w branży turystycznej (prawnymi, zawodowymi, moralnymi i in.) ułatwiającymi rozwiązywanie zadań zaawansowanych (komunikacja, prezentacja oferty, wyjaśnianie obiekcji) w działalności branży turystycznej i rekreacyjnej	Zajęcia warsztatowe	Metody ćwiczeniowo-praktyczne/projekt	Raport z projektu
K_U09	przygotowuje opracowania wybranych problemów obsługi klienta z zachowaniem podstawowych metod pozyskiwania danych, ich przetwarzania i dokumentacji procesu poznawczego w języku polskim, z uwzględnieniem podstawowej terminologii w języku obcym	Zajęcia warsztatowe	Metody ćwiczeniowo-praktyczne/projekt	Raport z projektu
Kompetencje społeczne				
K_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy	wykład	Wykład konwersatoryjny/dyskusja	Udział w dyskusji/Ocena nauczycielska

Program przedmiotu

K_K04	Identyfikuje problemy organizacyjne, etyczne, prawne związane z organizowaniem obsługi klientów w ramach usług turystycznych i rekreacyjnych	Zajęcia warsztatowe	Symulacja/ dyskusja	Udział w dyskusji/Ocena nauczycielska
K_K05	Działa w sposób przedsiębiorczy - przygotowuje projekty w zakresie turystyki i rekreacji pracując pod kierunkiem eksperta	Zajęcia warsztatowe	Metody ćwiczeniowo-praktyczne/projekt	Ocena nauczycielska

9. Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen

WYKŁAD:

Egzamin końcowy – ustny 80% oceny końcowej

Udział w dyskusji 20% - oceny końcowej

ZAJĘCIA WARSZTATOWE:

Przygotowanie raportu z projektu 60%

Udział w dyskusji 30%

Ocena nauczycielska 10%

W przypadku zaliczenia na ocenę: Ocena końcowa wystawiona z przedmiotu (i jego formy) interpretowana jest w sposób następujący: 5.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane, z ewentualnymi pojedynczymi nieścisłościami, które nie mają znaczenia dla osiągnięcia poszczególnych efektów; 4.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z nielicznymi błędami; 4.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z pojedynczymi brakami; 3.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z błędami lub brakami; 3.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z dużymi błędami lub brakami (poziom minimalnie wymagany, akceptowany przez nauczyciela akademickiego)

10. Treści kształcenia wraz z formą zajęć, na której są realizowane

WYKŁAD

Wprowadzenie do prawidłowej obsługi klienta.

Cele stojące przed pracownikami obsługi klienta.

Rodzaje klientów, pierwszy kontakt z klientem.

Komunikacja w kontakcie z klientem.

Proces komunikowania się i czynniki zakłócające jego znaczenie.

Bariery komunikacyjne.

ZAJĘCIA WARSZTATOWE

Umiejętności interpersonalne i ich znaczenie dla poprawnego komunikowania się.

Poziomy i rodzaje komunikacji.

Zachowanie asertywne, uległe, agresywne w kontaktach z klientem.

Zarządzanie reklamacjami.

Rodzaje firm w obsłudze klienta.

Kontakt telefoniczny w obsłudze klienta.

Kontakt bezpośredni z klientem.

Obsługa klienta w biurze podróży.

Obsługa klienta w trakcie imprezy turystycznej.

Obsługa klienta w hotelu.

Obsługa klienta w obiekcie gastronomicznym

11. Wymagane środki dydaktyczne: laptop, projektor, sala umożliwiająca odgrywanie scenek

12. Literatura przedmiotu:

a. Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):

- Niger H., Jim A., Pomiar satysfakcji i lojalności klientów: sprzedaż, obsługa klienta; Oficyna Ekonomiczna, Kraków, 2003
- Gałązka J. 2013, Logistyczna obsługa klienta : materiał dydaktyczny do przedmiotu, Wyższa Szkoła Biznesu w Pile, Piła

Literatura uzupełniająca:

- William M., Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach, Oficyna Ekonomiczna, Kraków, 2006
- Burnett K., Relacje z kluczowymi klientami, Oficyna Ekonomiczna, Kraków, 2001

b. Netografia: adres strony, stan z dnia:

13. Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.)

14. Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1.Wykład	
2.Zajęcia warsztatowe	

Program przedmiotu

- Nazwa przedmiotu / moduł przedmiotowy: **PODSTAWY MARKETINGU**
- Język wykładowy: **POLSKI**
- Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **Wszystkie obowiązujące**
 - Poziom studiów: **STUDIA I STOPNIA**
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
- Nadzór nad realizacją przedmiotu:
 - Instytut/Inna jednostka: **IZIGUT**
 - Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu:
- Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																						
Forma zajęć / Forma studiów	Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																		Razem			
	Wykład	PWS	ECTS	Zajęcia warsztatowe	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	Ćwiczenia - konsultacje dydaktyczne	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	ECTS
Stacjonarne	20	30	2	26	34	2																4,0
Niestacjonarne	16	34		17	29								4									
Rygor zaliczenia	Egzamin			Zaliczenie na ocenę																		

- Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS
1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w wykładach	20/16
Udział w zajęciach warsztatowych*	26/17
Samodzielne przygotowanie się do zajęć warsztatowych*	24/19
Przygotowanie do zaliczenia egzaminu	10/10
Udział w konsultacjach	/4
Udział w egzaminie	1/1
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	100
Punkty ECTS	4
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	50/46
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	47/37

- Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć:
- Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu		Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Symbol efektu	Opis efektu			
Wiedza				
K_W01	Wyjaśnia podstawy wiedzy teoretycznej w zakresie marketingu; opisuje jego specyfikę przedmiotową, terminologiczną i metodologiczną oraz relacje i powiązania z innymi obszarami wiedzy	wykład	wykład informacyjny/konwersatoryjny (dyskusja)	udział w dyskusji, test
K_W03	Student rozróżnia i opisuje podstawowe zasady organizowania działań marketingowych w turystyce	wykład	wykład informacyjny	test
K_W04	Student charakteryzuje podstawowe funkcje marketingu oraz najważniejsze procesy i zjawiska społeczne, ekonomiczne, kulturowe, polityczne i inne uwarunkowania determinujące jego wykorzystanie	Zajęcia warsztatowe	casestudy, SWOT, dyskusja	Wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo, analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji
K_W06	Student wyjaśnia zastosowanie podstawowych metod i narzędzi marketingu, w tym technik pozyskiwania i przetwarzania danych pozwalające zrozumieć, opisać i interpretować zjawiska związane z rynkiem turystycznym	wykład	wykład informacyjny,	test
K_W11	Student opisuje zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości w szczególności organizowania i prowadzenia własnej działalności na	wykład Zajęcia warsztatowe	wykład informacyjny, casestudy, dyskusja	test, analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji

Program przedmiotu

	rynku turystycznym, zna podstawy działalności marketingowej przedsiębiorstwa			
Umiejętności				
K_U05	Student posługuje się systemami normatywnymi i wybranymi normami oraz regułami marketingu ułatwiającymi rozwiązywanie zadań w działalności branży turystycznej i rekreacyjnej	wZajęcia warsztatowe	casestudy, SWOT, dyskusja	Wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji,
K_U09	Student przygotowuje opracowania wybranych problemów z zakresu zjawisk zachodzących na rynku turystycznym z zachowaniem podstawowych metod pozyskiwania danych, ich przetwarzania i dokumentacji procesu poznawczego	Zajęcia warsztatowe	casestudy, SWOT, dyskusja	Wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji,
K_U10	Student przygotowuje wystąpienia publiczne w zakresie problemowym związanym z marketingiem, dotyczące zagadnień turystyki, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i metod prezentacji danych	Zajęcia warsztatowe	casestudy, SWOT, dyskusja	Wykonywanie zadań indywidualnie lub grupowo analiza informacji na zadany temat, udział w dyskusji,
Kompetencje społeczne				
K_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanego poziomu wiedzy własnej oraz przekazywanych treści	Zajęcia warsztatowe	dyskusja	udział w dyskusji,

9. Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen:

Wykład – wynik egzaminu pisemnego (ocena końcowa 90%) - procedura egzaminu: losowanie 2 zagadnień z listy 30, aktywny udział w dyskusji – 10%

Zajęcia warsztatowe: Na ocenę końcową składa się: wykonywanie zadań na ćwiczeniach (analiza informacji na zadany temat (80%) oraz udział w dyskusji (20%)

W przypadku zaliczenia na ocenę: Ocena końcowa wystawiona z przedmiotu (i jego formy) interpretowana jest w sposób następujący: 5.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane, z ewentualnymi pojedynczymi nieściśłościami, które nie mają znaczenia dla osiągnięcia poszczególnych efektów; 4.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z nielicznymi błędami; 4.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z pojedynczymi brakami; 3.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z błędami lub brakami; 3.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z dużymi błędami lub brakami (poziom minimalnie wymagany, akceptowany przez nauczyciela akademickiego)

10. Treści kształcenia wraz z formą zajęć, na której są realizowane

a. Nazwa grupy zagadnień - wykład

Pojęcie i elementy marketingu

Definiowanie marketingu

Koncepcja marketingu - mix

Marketing jako proces społeczny i zarządczy

Funkcje marketingu

Marketing tradycyjny i nowoczesny

Segmentacja i typologia rynków

Zachowania nabywców

Proces zakupu

Segmenty i nisze rynkowe

Kryteria segmentacji i wybór rynku docelowego

Strategia produktu

Pojęcie produktu

Klasyfikacja produktów

Struktura produktu

Cykl życia produktu

Zarządzanie portfelem produktów

Marka

Opakowanie

Strategia dystrybucji

Pojęcie i funkcje dystrybucji

Rodzaje i zasady kształtowania kanałów dystrybucji

Fizyczna dystrybucja towarów

Decyzje podejmowane w kanałach dystrybucji

Strategia cen

Składniki decyzji cenowych

Sposoby kalkulacji cen

Program przedmiotu

Polityka cenowa

Możliwości stosowania cen jako aktywnych czynników marketingowych

Strategia promocji

Promocja – mix

Reklama

Sprzedaż osobista

Promocja sprzedaży

Public relations

Zasady tworzenia kampanii promocyjnej

Marketing partnerski

Podstawowe zasady marketingu partnerskiego

Nawiązywanie i utrzymywanie trwałych relacji z klientami i innymi uczestnikami otoczenia

Strategie CRM

b. Nazwa grupy zagadnień – zajęcia warsztatowe

Identyfikacja orientacji marketingowej organizacji

Segmentacja – identyfikowanie segmentów i nisz rynkowych.

Analiza programu marketingowego – koncepcja produktu ceny, dystrybucji, promocji, marketing usług – casestudies.

11. Wymagane środki dydaktyczne: **sprzęt dydaktyczny (komputer, rzutnik multimedialny)**

12. Literatura przedmiotu:

a. Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):

Kotler P., Keller K.L, Marketing, 2012, Poznań

b. Literatura uzupełniająca:

Kotler P., Kartajaya H., Setiawan i., 2021, Marketing 5.0: technologie next tech, Mt Biznes, Warszawa

Wiktor W., Komunikacja marketingowa, PWE, Warszawa 2013

Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Metody i techniki, PWE, Warszawa 2010

Mruk H., Pilarczyk B., Sojkin B., Szulce H., Podstawy marketingu, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004

13. Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.)

14. Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1. wykład	
2. zajęcia warsztatowe	

Program przedmiotu

- Nazwa przedmiotu / modułu przedmiotowy: **ZAJĘCIA EKSPERCKIE S2**
- Język wykładowy: **POLSKI**
- Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **Wszystkie obowiązujące**
 - Poziom studiów: studia I stopnia
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
- Nadzór nad realizacją przedmiotu:
 - Instytut/Inna jednostka: **IZIGUT**
 - Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu:
- Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																							
Forma zajęć / Forma studiów	Wykłady												Ćwiczenia - konsultacje dydaktyczne				Razem						
	Wykład	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	Ćwiczenia - konsultacje dydaktyczne	PWS	ECTS	...		PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	ECTS
Stacjonarne	12	13	1																				1
Niestacjonarne	8	17																					
Rygor zaliczenia	Zaliczenie		...																				

- Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS
1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w wykładach	12/8 h
Wykonanie pracy pisemnej (referat) wraz z prezentacją*	12/16 h
Udział w zaliczeniu	1/1 h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	25
Punkty ECTS	1
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	25/25
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	13/9

- Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć: brak
- Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu		Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Symbol efektu	Opis efektu			
Wiedza				
K_W03	Student wyjaśnia zasady funkcjonowania krajowego i międzynarodowego rynku turystycznego; charakteryzuje działalność ważniejszych podmiotów rynku turystycznego oraz relacji zachodzące między nimi	Wykład	Wykład informacyjny, wykład problemowy	Zaliczenia na ocenę – praca pisemna na zadany temat
K_W09	Identyfikuje i wyjaśnia ważniejsze tendencje dotyczące funkcjonowania i dalszego rozwoju wybranych struktur, zjawisk i procesów turystycznych	Wykład	Wykład informacyjny, wykład problemowy	Zaliczenia na ocenę – praca pisemna na zadany temat
Umiejętności				
K_U02	Wykorzystuje wiedzę teoretyczną do opisu i wyjaśniania praktycznych procesów	Wykład	Wykład informacyjny, wykład problemowy	Zaliczenia na ocenę – praca pisemna na zadany temat
Kompetencje społeczne				
K_K02	Podjekuje współpracę z ekspertem w celu rozwiązania problemu poznawczego/praktycznego	Wykład	Dyskusja	Udział w dyskusji z ekspertem

- Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen
 Wykład: Zaliczenie z przedmiotu student uzyskuje na podstawie zaliczenia pracy pisemnej (referatu) na zadany przez wykładowcę temat (waga 70% oceny), oraz przeprowadzonej z nim dyskusji. (30%)
- Treści kształcenia wraz z formą zajęć, na której są realizowane
 - Nazwa grupy zagadnień - wykład
 - Globalne aspekty rozwoju turystyki

Program przedmiotu

- Polityka turystyczna w PL i UE oraz na Świecie
 - Zarządzanie i organizacja turystyką - POT i POIT
 - Trendy w turystyce wyjazdowej zagranicznej w Polsce i na świecie
 - Trendy w popycie i podaży turystycznej i ich konsekwencje w marketingu miejsca docelowego
 - Organizacja turystyki biznesowej w Polsce i na świecie
 - Zarządzanie w hotelarstwie i gastronomii
 - Organizacja turystyki zagranicznej/ przyjazdowej do Polski
- 11.** Wymagane środki dydaktyczne: sala wykładowa, projektor multimedialny, laptop, dostęp do internetu
- 12.** Literatura przedmiotu:
- a. Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):
 - Lista źródeł literaturowych lub innych podawana podczas wykładu – materiały zewnętrzne eksperta
 - b. Literatura uzupełniająca: zapis j.w.
 - c. Netografia: adres strony, stan z dnia:
 - Lista źródeł literaturowych lub innych podawana podczas wykładu – materiały zewnętrzne eksperta
- 13.** Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.): Prezentacje wykładowe eksperta/ów dostępne na Platformie ONTE
- 14.** Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1.Wykład	

Program przedmiotu

- Nazwa przedmiotu / modułu przedmiotowy: **ZAJĘCIA EKSPERCKIE S.4.**
- Język wykładowy: **POLSKI**
- Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **Wszystkie obowiązujące**
 - Poziom studiów: studia I stopnia
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
- Nadzór nad realizacją przedmiotu:
 - Instytut/Inna jednostka: **IZIGUT**
 - Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu:
- Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																							
Forma zajęć / Forma studiów	Wykłady												Ćwiczenia - konsultacje dydaktyczne						Razem				
	Wykład	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	Ćwiczenia - konsultacje dydaktyczne	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS		...	PWS	ECTS	ECTS
Stacjonarne	12	13	1																				1
Niestacjonarne	8	17																					
Rygor zaliczenia	Zaliczenie		...																				

- Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS
1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w wykładach	12/8h
Wykonanie pracy pisemnej (referatu) i prezentacji na zadany temat*	12/16 h
Udział w zaliczeniu	1/1 h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	25
Punkty ECTS	1
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	25/25
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	13/9

- Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć: brak
- Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu		Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Symbol efektu	Opis efektu			
Wiedza				
K_W04	W stopniu pogłębionym charakteryzuje wybrane uwarunkowania determinujące rozwój turystyki międzynarodowej	Wykład	Wykład informacyjny, wykład problemowy	Zaliczenia na ocenę – praca pisemna/ wraz z prezentacją
K_W05 K_W08	Ma pogłębioną wiedzę o popycie turystycznym oraz kształtujących go czynnikach (w ujęciu globalnym)	Wykład	Wykład informacyjny, wykład problemowy	Zaliczenia na ocenę – praca pisemna/ wraz z prezentacją
Umiejętności				
K_U02	Wyясnia procesy zachodzące w gospodarce turystycznej używając wiedzy nabytej na wykładach	Wykład	Wykład informacyjny, wykład problemowy	Zaliczenia na ocenę – praca pisemna/ wraz z prezentacją
Kompetencje społeczne				
K_K02	podjejmuję dyskusję z ekspertem i korzysta z jego doświadczenia wiedzy	Wykład	dyskusja	udział w dyskusji z ekspertem

- Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen
 Wykład: Zaliczenie z przedmiotu student uzyskuje na podstawie zaliczenia pracy pisemnej (referatu) na zadany przez wykładowcę temat (waga 70% oceny) oraz dyskusji przeprowadzonej z ekspertem (30% oceny końcowej).
- Treści kształcenia wraz z formą zajęć, na której są realizowane

Program przedmiotu

- a. Nazwa grupy zagadnień - wykład
 - Globalne aspekty rozwoju turystyki
 - Społeczne, ekonomiczne i kulturowe uwarunkowania turystyk międzynarodowej
 - Nowa Turystyka - Trendy i tendencje zmian w turystyce
 - Trendy w popycie i podaży turystycznej i ich konsekwencje w marketingu miejsca docelowego
 - Turystyka odpowiedzialna
11. Wymagane środki dydaktyczne: sala wykładowa, projektor multimedialny, laptop, dostęp do internetu
12. Literatura przedmiotu:
 - a. Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):
 - Lista źródeł literaturowych lub innych podawana podczas wykładu – materiały zewnętrzne eksperta
 - b. Literatura uzupełniająca: zapis j.w.
 - c. Netografia: adres strony, stan z dnia:
 - Lista źródeł literaturowych lub innych podawana podczas wykładu – materiały zewnętrzne eksperta
13. Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.): Prezentacje wykładowe eksperta/ów dostępne na Platformie ONTE
14. Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1. Wykład	MGR JERZY MATUSZAK

Program przedmiotu

1. Nazwa przedmiotu / modułu przedmiotowy: **NEGOCJACJE W BIZNESIE**
2. Język wykładowy: **POLSKI**
3. Umiejscowienie przedmiotu w planach studiów:
 - Obszar lub obszary studiów: **HIG, TMIZH**
 - Poziom studiów: **STUDIA I STOPNIA**
 - Kierunek lub kierunki (realizacja wzorca efektów): **TURYSTYKA I REKREACJA**
4. Nadzór nad realizacją przedmiotu: **IZiGUT**
Osoba odpowiedzialna za przedmiot:
 - Osoby współpracujące przy opracowaniu programu przedmiotu:
5. Liczba godzin i formy zajęć dydaktycznych dla poszczególnych systemów studiów oraz rygor zaliczenia

Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																							
Forma zajęć / Forma studiów	Zajęcia dydaktyczne z udziałem prowadzącego																			Razem			
	Wykład	PWS	ECTS	Zajęcia warsztatowe	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	...	PWS	ECTS	ECTS	
Stacjonarne				16	22																		1,5
Niestacjonarne				12	26																		
Rygor zaliczenia	...			Zaliczenie na ocenę																			

6. Nakład pracy studenta – bilans punktów ECTS
1 punkt ECTS odpowiada 25-30 godzinom pracy studenta potrzebnej do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z uwzględnieniem pracy własnej studenta

Aktywność (należy podać prace właściwe dla przedmiotu)	Godzinowe obciążenie studenta (stacjonarne/niestacjonarne)
Udział w wykładach	16/12
Wykonanie pracy pisemnej (referat) wraz z prezentacją	22/26
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (NPS)	38
Punkty ECTS	1,5 ECTS
* Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	0/0
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	16/12

7. Uwagi realizacyjne: rekomendowana długość trwania (semestry), rekomendowane wymagania wstępne, relacje pomiędzy formami zajęć: n.d.
8. Szczegółowe efekty uczenia się – wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne

Szczegółowe efekty uczenia się dla przedmiotu		Forma zajęć	Metody kształcenia	Metody weryfikowania (sprawdzania, oceniania) efektów uczenia się
Symbol efektu	Opis efektu			
Wiedza				
K_W05, K_W07	Zna podstawowe zasady i techniki negocjacyjne zwłaszcza w odniesieniu do prowadzenia działalności na rynku turystycznym	wykład	wykład informacyjny/problemowy/studia przypadków	praca pisemna (referat) na zadany temat,
Umiejętności				
K_U12	Student ma kompetencje do pracy indywidualnej oraz potrafi współdziałać i pracować w zespole	wykład	wykład problemowy/studium przypadku/symulacja	Udział w symulacji/ocena nauczycielska
Kompetencje społeczne				
K_K04	Używa prostych technik negocjacyjnych odpowiednio je dobierając do sytuacji negocjacyjnej, stosuje normy etyczne	wykład	symulacja	Udział w symulacji

9. Zasady/kryteria oceniania dla każdej formy kształcenia i poszczególnych ocen:
Wykład: na ocenę końcową składają się następujące aktywności studenta podlegające ocenie: Opracowanie referatu (60%) wraz z prezentacją, udział w symulacji (20%), obecność na zajęciach (20%)
W przypadku zaliczenia na ocenę: Ocena końcowa wystawiona z przedmiotu (i jego formy) interpretowana jest w sposób następujący: 5.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane, z ewentualnymi pojedynczymi nieścisłościami, które nie mają znaczenia dla osiągnięcia poszczególnych efektów; 4.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z nielicznymi błędami; 4.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z pojedynczymi brakami; 3.5 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z błędami lub brakami; 3.0 – zakładane efekty uczenia się zostały uzyskane z dużymi błędami lub brakami (poziom minimalnie wymagany, akceptowany przez nauczyciela akademickiego)

10. Treści kształcenia: wykład
Menadżer – rola w negocjacjach

Program przedmiotu

Pojęcie i istota negocjacji
Sylwetka negocjatora
Strategie negocjacyjne
Określenie swojego stylu negocjacyjnego
Przygotowanie i fazy negocjacji
Wywieranie wpływu
Techniki negocjacyjne

11. Wymagane środki dydaktyczne: brak specjalnych wymagań

12. Literatura przedmiotu:

Literatura podstawowa (wymienione pozycje muszą znajdować się w zasobach WSG):

Rządca R. A., Wujec P., 2001. Negocjacje. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa.

Nęcki Z., 2000. Negocjacje w biznesie. Antykwa. Kraków.

Literatura uzupełniająca:

Fisher R., Ury W., Patron B., 2000. Dochodząc do TAK. Negocjowanie bez poddawania się. PWE, Warszawa.

Mastenbroek W., 1998. Negocjowanie. PWN, Warszawa.

Cialdini R., 2002. Wywieranie wpływu na ludzi. GWP, Gdańsk

13. Dostępne materiały dydaktyczne z podziałem na formy zajęć (autorskie zestawienia materiałów dydaktycznych, materiały e-learningowe, itp.): brak specjalnych wymagań

14. Osoby realizujące poszczególne formy kształcenia

Forma kształcenia	Imię i nazwisko
1. Wykład	