

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

Jednostka organizacyjna:	Katedra Ekonomii				
Kierunek studiów:	Ekonomia				
Specjalno /Specjalizacja:	Ekonomika turystyki i hotelarstwa				
Nazwa zaj / grupy zaj :	Techniki sprzedaży usług turystycznych				
Course / group of courses:	Techniques of Selling Tourist Services				
Forma studiów:	stacjonarne				
Nazwa katalogu:	WAE-EK-I-22/23Z-S-ETH				
Nazwa bloku zaj :					
Kod zaj /grupy zaj :	198988	Kod Erasmus:			
Punkty ECTS:	3	Rodzaj zaj :		obowi zkowy	
Rok studiów:	3	Semestr:		6	
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
3	6		15	Zaliczenie z ocen	2
		W	10	Egzamin	1
Razem			25		3
Koordinator:	dr Arkadiusz Niedziółka				
Prowadz cy zaj cia:	dr Arkadiusz Niedziółka				
J zyk wykładowy:	semestr: 6 - j zyk polski				

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S – seminarium dyplomowe, P - wiczenia praktyczne, M - wiczenia specjalistyczne (medyczne), K - wiczenia specjalistyczne (kliniczne), LO – wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P – wiczenia projektowe, ZT – zaj cia terenowe, T - wiczenia specjalistyczne (terenowe), AP - wiczenia specjalistyczne (artystyczne/projektowe), S - wiczenia specjalistyczne (sportowe), F - wiczenia specjalistyczne (fizjoterapeutyczne), L - wiczenia specjalistyczne (laboratoryjne), PD - pracownia dyplomowa, PR - praktyka zawodowa, SK -samokształcenie

Dane merytoryczne

Wymagania wst pne:			
brak			
Szczegółowe efekty uczenia si			
Lp.	Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do:	Kod efektu dla kierunku studiów	Sposób weryfikacji efektu uczenia si
1	zna podstawowe techniki sprzedaży i dystrybucji usług turystycznych i hotelarskich, a tak e zna podstawowe rodzaje kanałów dystrybucji usług turystyczno-hotelarskich.	EK1_W01	egzamin
2	potrafi w praktyce sprzedawa ró ne usługi turystyczne	EK1_U01, EK1_U06	kolokwium, wykonanie zadania, ocena aktywno ci
3	rozumie potrzeb stałego aktualizowania wiedzy w zakresie sprzedaży usług turystycznych, w tym hotelarskich.	EK1_K01	obserwacja zachowa
Stosowane metody osi gania zakładanych efektów uczenia si (metody dydaktyczne)			

metody podaj ce (wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej), metody problemowe (dyskusja), metody eksponuj ce (materiały audiowizualne), metody praktyczne (prezentacje studentów na wiczeniach)	
Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia si	
wiedza: egzamin (egzamin pisemny)	
umiej tno ci: ocena kolokwium (ocena pisemnego kolokwium) ocena aktywno ci (ocena aktywno ci na zaj ciach) ocena wykonania zadania (ocena poprawno ci realizacji wicze i zada)	
kompetencje społeczne: obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod k tem kompetencji społecznych)	
Warunki zaliczenia	
Wykład: egzamin pisemny zawieraj cy pytania zamkni te i/lub otwarte. wiczenia: ocena aktywno ci studenta podczas zaj , ocena z pisemnego kolokwium oraz poprawno ci realizacji wicze i zada	
Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W,U lub K) przedmiotowych efektów uczenia si student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia si oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 50 - 59%. 3. Ocena dostateczna plus (3,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 60 - 69%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 70 - 79%. 5. Ocena dobra plus (4,5): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 80 - 89%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, je li w zakresie ka dej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowi zuj cy materiał przynajmniej w 90%.	
Tre ci programowe (opis skrócony)	
Program modułu Techniki sprzeda y usług turystycznych opiera si głównie na rodzajach dystrybucji ró nych typów usług wiadczonej na szerokim rynku turystycznym i hotelarskim. Zawarto w nim zagadnienia bezpo rednich form sprzeda y usług jak i problematyk kanału po redniego w ich dystrybucji.	
Content of the study programme (short version)	
The program of the module "Techniques of selling tourist services" is based mainly on the types of distribution of various types of services provided on the wide tourist and hotel market. It contains the issues of direct forms of spelling services as well as issues of the indirect channel in its distribution.	
Tre ci programowe	
	Liczba godzin
Semestr: 6	
Forma zaj : wykład	
1. Dystrybucja usług w kompozycji marketingu-mix. 2. Sprzeda usług turystycznych – podstawowe kwestie. 3. Dystrybucja bezpo rednia usług turystycznych. 4. Dystrybucja bezpo rednia w hotelarstwie. 5. Sprzeda usług transportowych w turystyce. 6. Kanały sprzeda y i techniki dystrybucji usług gastronomicznych.	10
Forma zaj : wiczenia audytoryjne	
1. Istota i podział usług hotelarskich. 2. Usługi hotelarskie i ich ró ne rodzaje. 3. Marketing usług turystycznych. 4. Kształtowanie produktu turystycznego i cen usług turystycznych. 5. Istota promocji w turystyce i hotelarstwie i jej formy. 6. Strumienie informacyjne w turystyce i usługach hotelarskich. 7. Biuro podró y jako po rednik sprzeda y usług turystycznych.	15
Literatura	
Podstawowa	
Domagalska-Gr dys M., Marketing usług: przewodnik do wicze , Wydawnictwo Pa stwowej Wy szej Szkoły Zawodowej w Tarnowie, Tarnów 2018	
Grobela A., D bski M., Górską-Warsewicz H., Marka jako ródło kształtowania konkurencyjno ci turystycznej w bran y turystycznej, Difin, Warszawa 2017	

Uzupełniaj ca

Dane jako ciowe

Przyporządkowanie zajęć /grup zajęć do dyscypliny naukowej/artystycznej		nauki o zarządzaniu i jakości	
Sposób określenia liczby punktów ECTS			
Forma nakładu pracy studenta (udział w zajęciach, aktywność, przygotowanie sprawozdania, itp.)		Obciążenia studenta [w godz.]	
Udział w zajęciach		25	
Konsultacje z prowadzącym		2	
Udział w egzaminie		0	
Bezpośredni kontakt z nauczycielem - inne		1	
Przygotowanie do laboratorium, wicze, zajęć		28	
Przygotowanie do kolokwium i egzaminu		12	
Indywidualna praca własna studenta z literatury, wykładami itp.		7	
Inne		0	
Sumaryczne obciążenie prac studenta		75	
Liczba punktów ECTS			
Liczba punktów ECTS		3	
Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego		L. godzin	ECTS
		28	1,1
Zajęcia o charakterze praktycznym		L. godzin	ECTS
		40	1,6

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezporedniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym może się różnić od łącznej liczby punktów ECTS dla zajęć/grup zajęć.