

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
NAZWA PRZEDMIOTU – PROMOWANIE USŁUG TURYSTYCZNYCH										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych									
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie II stopień									
Profil kształcenia:	Ogólnoakademicki									
Nazwa specjalności:	Zarządzanie w Turystyce									
Rodzaj modułu uczenia się:	specjalnościowy									
Rok / Semestr:	Rok 2 semestr 3									
Osoba koordynująca przedmiot:	Dr A. Łuczak									
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Wiedza, umiejętności i kompetencje nabyte w wyniku nauczania przedmiotów pokrewnych na studiach I stopnia									
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	30		30							60
Studia niestacjonarne	15		15							30
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć	Metody dydaktyczne									
Wykład	Prezentacje multimedialne, dyskusje, burza mózgów, praca z literaturą.									
konwersatorium	Ćwiczenia zakładające hipotetyczno-dedukcyjne myślenie słuchaczy, praca z tekstem i testy realizowane na zajęciach, case study									
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się									Odniesienie do efektu kierunkowego
Wiedza:										
1.	zna i rozumie w pogłębionym stopniu – wybrane fakty i procesy toczące się w gospodarce i społeczeństwie oraz dotyczące ich teorie stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu nauk ekonomicznych i społecznych – tworzące fundament teoretyczny kluczowych oraz innych wybranych zagadnień z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej na kierunkach studiów oferowanych w WSM									ZO2_W01 P7S_WG
2.	zna i rozumie klasyczne i współczesne koncepcje zarządzania									ZO2_W07 P7S_WG
3.	zna i rozumie specjalistyczne zastosowania metod i systemów wspomagających procesy podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności, decyzji grupowych, decyzji wieloaspektowych									ZO2_W08 P7S_WG

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

4.	zna i rozumie współczesne koncepcje oraz metody pomiaru i zarządzania dokonaniami przedsiębiorstwa	ZO2_W10 P7S_WG
5.	zna i rozumie zasady etyczne w zarządzaniu	ZO2_W13 P7S_WG
Umiejętności:		
1.	potrafi posiadaną wiedzę – identyfikować, interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska i procesy społeczne, formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez: <ul style="list-style-type: none"> • właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy i oraz twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, • dobór oraz stosowanie właściwych dla kierunku studiów metod i narzędzi badawczych i analitycznych, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych 	ZO2_U01 P7S_UW
2.	potrafi integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań problemów	ZO2_U01 P7S_UW
3.	potrafi dobierać właściwe metody analityczne do rozwiązywania problemu	ZO2_U04 P7S_UW
4.	potrafi organizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać	ZO2_U13 P7S_UK P7S_UO
5.	potrafi zarządzać zasobami ludzkimi, materialnymi, finansowymi i informacyjnymi w celu skutecznego i efektywnego wykonania zadań menedżerskich	ZO2_U15 P7S_UW P7S_UK P7S_UO
Kompetencje społeczne:		
1.	jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	ZO2_K01 P7S_KK
2.	jest gotów do formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych	ZO2_K02 P7S_KO
3.	jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	ZO2_K03 P7S_KO
4.	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZO2_K06 P7S_KO
5.	jest gotów do adaptacji i działania w nowych warunkach i sytuacjach np. związanych z odmiennością kulturową, innowacjami	ZO2_K06 P7S_KO
6.	jest gotów do zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny oraz modyfikowania nieprawidłowości występujących w postawach w miejscu pracy – swoich i innych osób	ZO2_K09 P7S_KR P7S_KK
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Wprowadzenie do przedmiotu:	ZO2_W01

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

	- zrozumienie wymagań i zastosowań branży turystycznej, - określenie wymagań, zasad oceniania.	ZO2_U01
2.	Definicje promocji: - miejsce i rola promocji w marketingu, - elementy i cele promocji, - narzędzia promocji, - reklama w turystyce.	ZO2_W08 ZO2_U01
3.	Rekrutacja i selekcja do pracy w branży turystycznej- wymagania, opisy stanowisk, techniki rekrutacji i selekcji w kontekście międzynarodowym.	ZO2_W01 ZO2_K03
4.	Turystyka jako element gospodarki światowej.Światowy ruch turystyczny. Bilans turystyczny.	ZO2_W07 ZO2_U01 ZO2_K06
5.	Public Relations w turystyce: - środki, - cele, - zalety, - wady.	ZO2_W10 ZO2_U04 ZO2_U13 ZO2_K06
6.	Podsumowanie i przygotowanie do projektów końcowych: - podsumowanie najważniejszych zagadnień przedmiotu, - omówienie koncepcji projektu końcowego.	ZO2_W01 ZO2_K01 ZO2_K02
Lp.	Konwersatorium:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Marka w turystyce: - definicje, - cele, - Branding, - powstanie, - korzyści.	ZO2_U13 ZO2_K09
2.	Promocja produktu turystycznego: - etap przygotowawczy, - skuteczność, - efektywność.	ZO2_W13 ZO2_K06
3.	Kampania promocyjna: - odbiorcy, - cele, - budżet, - kanały dystrybucji, - pomiar, - ocena wyników.	ZO2_U15
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)
Wiedza:		
ZO2_W01 ZO2_W07	Esej (referat pisemny), test wielokrotnego wyboru, aktywność w dyskusji, rozmowa oceniająca	Wykład + konwersatorium

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

ZO2_W08 ZO2_W10 ZO2_W13				
Umiejętności:				
ZO2_U01 ZO2_U04 ZO2_U13 ZO2_U15	Esej (referat pisemny), test wielokrotnego wyboru, aktywność w dyskusji, rozmowa oceniająca			Wykład + konwersatorium
Kompetencje społeczne:				
ZO2_K01 ZO2_K02 ZO2_K03 ZO2_K06 ZO2_K09	Esej (referat pisemny), test wielokrotnego wyboru, aktywność w dyskusji, rozmowa oceniająca			Wykład + konwersatorium
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów	Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów	Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji
VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS				
Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta			
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne		
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	60	30		
Egzamin/zaliczenie	1	1		
Udział w konsultacjach	1	1		
Projekt / esej	15	15		
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	33	43		
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	15	35		
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS	5 pkt ECTS/ 125 h	5 pkt ECTS/ 125 h		
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	60	30		
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym	65	95		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym				

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		
IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		
Literatura podstawowa przedmiotu: <ul style="list-style-type: none">- Marketing internetowy w turystyce i strategii revenue management w hotelarstwie, Travaglini Armando, Puerto Simone, D'Amico Vito, rok wydania 2017, wydawnictwo: CeDeWu- Marketing usług turystycznych, Aleksander Panasiuk, Wydawnictwo Naukowe PWN 2020		
Literatura uzupełniająca przedmiotu: <ul style="list-style-type: none">- „Ekonomika turystyki i rekreacji”, A. Panasiuk, Wyd. WN PWN, Warszawa 2011,- „Promocja i Informacja Turystyczna”, Z. Kruczek, B. Walas, Wyd. Proksenia, Kraków 2004- „Marketing w Turystyce”, J. Altkom, Wyd. PWN, Warszawa, 2005,- „Międzynarodowy biznes turystyczny”, B. Dąbrowska, Wyd. PWE, Warszawa 2014,- „Produkt Turystyczny”, J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, Wyd. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.		
Inne materiały dydaktyczne: <p>case studies, TED talks, materiały pomocnicze zaczerpnięte z internetu.</p>		