Uniwersytet Gdański

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 przedsiebiorstwem według koncepcji marketingu, przedstawienie celów, metod i technik zarządzania marketingowego, zapoznanie z narzedziami zarządzania i narzedziami 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 praca menedzera 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 osiąganych 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.Kęprowska, 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. Czubała, 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 społęcznościowych

Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu

Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.