

Zachowania nabywcze i dystrybucja usług hotelarskich - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Zachowania nabywcze i dystrybucja usług hotelarskich
Kod przedmiotu	04.4-WZS-TiRP-ZNDUH
Wydział	Wydział Nauk Biologicznych
Kierunek	Turystyka i rekreacja
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Agnieszka Gandecka

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Ćwiczenia	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Prezentowanie rynkowych zachowań konsumentów oraz sposobów wykorzystania tej wiedzy w strategii marketingowej przedsiębiorstwa, omówienie czynników kształtujących postępowanie nabywcy w podstawowych obszarach działań marketingowych, omówienie podstawowych sposobów dystrybucji usług hotelarskich

Wymagania wstępne

Podstawowe wymagania z zakresu podstaw ekonomii, ekonomiki turystyki i rekreacji, wiedza z zakresu podstaw marketingu.

Zakres tematyczny

- Zachowania klientów w hotelarstwie.
- Metody badania zachowań w hotelarstwie.
- Źródła informacji wykorzystywane w badaniach usług hotelarskich.
- Czynniki wpływające na zachowanie klientów w branży hotelarskiej.
- Portret gościa hotelowego.
- Sposoby spostrzegania oferty przez turystę. Komunikacja z gościem hotelowym.
- Podstawowe pojęcia i definicje związane z dystrybucją usług hotelarskich i funkcjonowaniem systemów informacyjnych i rezerwacyjnych.
- Podstawowe techniki dystrybucyjne w hotelarstwie.
- Internet a zachowania nabywcze konsumentów usług hotelarskich.
- Wykorzystanie Internetu w dystrybucji przez producentów usług hotelarskich.
- Wykorzystanie internetowych systemów dystrybucji przez pośredników w hotelarstwie.
- Globalne Systemy Dystrybucji i Centralne Systemy Rezerwacyjne

Metody kształcenia

Wykład – w zależności od omawianego problemu - metody konwencjonalne lub problemowe oraz metoda pokazu,

Ćwiczenia - metoda ćwiczeniowa i metoda pokazu

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student posiada wiedzę o metodach dystrybucji wykorzystywanych w hotelarstwie	K_W04	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę dotyczącą systemów dystrybucyjnych w hotelarstwie w działaniach praktycznych	K_U08	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności	K_K01	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student zna systemy rezerwacyjne i informacyjne funkcjonujące w hotelarstwie	K_W13 K_W21	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student posiada wiedzę o zachowaniach nabywczych klientów usług hotelarskich	K_W02	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student posiada wiedzę o metodach badań zachowań w hotelarstwie	K_W02 K_W06	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student posiada świadomość konieczności stałego śledzenia uwarunkowań wpływających na zmiany rynku turystycznego	K_U05 K_K01	- dyskusja - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Ocena końcowa z przedmiotu jest średnią ocen z wykładów (50%) i z ćwiczeń (50%))

Literatura podstawowa

- B. Dobiegała-Korona, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, wyd. Almamer 2010
L. Rudnicki, Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Wyd. Proksenia 2010
M. Nalazek, Internetowe kanały dystrybucji na rynku turystycznym, Wyd. Difin, Warszawa 2010

Literatura uzupełniająca

- A. Pawlicz, E-turystyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012
E. Rudawska, Lojalność klientów, Warszawa 2005

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Agnieszka Gandecka (ostatnia modyfikacja: 09-06-2021 16:29)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ