

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 2022/2023

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr inż. Halina Bartkiewicz

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

Celem przedmiotu jest przedstawienie rynkowych zachowań nabywczych konsumentów usług hotelarskich oraz omówienie podstawowych sposobów dystrybucji usług hotelarskich.

Wymagania wstępne

Wiedza i umiejętności z przedmiotów: podstawy marketingu i hotelarstwo.

Zakres tematyczny

Wykłady

1. Potrzeby nabywców i konsumentów usług hotelarskich oraz sposoby ich zaspokajania.
2. Uwarunkowania zachowań nabywczych i konsumpcyjnych potencjalnych klientów hotelu.
3. Zarządzanie wiedzą o nabywcach i konsumentach.
4. Znaczenie i funkcje dystrybucji w hotelarstwie.
5. Kanały dystrybucji wykorzystywane przez hotele.
6. Zastosowanie technologii informatycznych w dystrybucji usług hotelowych.
7. Internet a zachowania nabywcze konsumentów usług hotelarskich.

Ćwiczenia

1. Źródła informacji i metody wykorzystywane w badaniach nabywców usług hotelarskich.
2. Proces podejmowania decyzji o zakupie usługi hotelarskiej.
3. Tworzenie portretu gościa hotelowego. Komunikacja z gościem hotelowym.
4. Kreowanie wartości i marketing relacji w procesie kształtowania zachowań nabywczych klienta.
5. Wykorzystanie Internetu w dystrybucji przez producentów usług hotelarskich.
6. Wykorzystanie internetowych systemów dystrybucji przez pośredników w hotelarstwie.
7. Dystrybucja usług hotelarskich za pomocą systemów rezerwacyjnych (Globalne Systemy Dystrybucji i Centralne Systemy Rezerwacyjne).

Metody kształcenia

- metody podające: wykład informacyjny z wykorzystaniem technik multimedialnych; wykład problemowy
- metody poszukujące: problemowa, burza mózgów, ćwiczeniowa, studium przypadku, SWOT, referatu

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
-------------	-----------------	--------------------	-------------

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zna kanały dystrybucji wykorzystywane w hotelarstwie.	K_W11	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student zna potrzeby nabywców usług hotelarskich i rozumie uwarunkowania zachowaniach nabywczych klientów usług hotelarskich.	K_W02 K_W03 K_W11	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	- Wykład - Ćwiczenia
Student potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności	K_U13	- aktywność w trakcie zajęć - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Ćwiczenia
Student potrafi wskazać mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia dotyczące wykorzystania systemów rezerwacyjnych w dystrybucji usług hotelowych.	K_U13 K_U15	obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	Ćwiczenia
Student jest gotów uzupełniać i doskonalić wiedzę i umiejętności w zakresie dystrybucji usług hotelarskich i zachowań nabywczych klientów tej usługi.	K_K01	- kolokwium - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia
Student ma świadomość konieczności aktywnego uczestniczenia w procesie rozwiązywania problemów z zakresu dystrybucji usług hotelarskich.	K_K02	- dyskusja - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach	- Wykład - Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

- Wykład: zdanie przedmiotowego kolokwium obejmującego treści wykładowe (test - 20 pytań, pytania jednokrotnego wyboru, prawda-fałsz lub otwarte) - na ocenę pozytywną wymagane uzyskanie 50% łącznej sumy punktów
- Ćwiczenia: przygotowanie referatu na wskazany temat (praca grupowa, ocenie podlega kompletność zagadnień, merytoryka opracowania oraz prezentacja referatu na zajęciach); wykonanie wszystkich zadań realizowanych na ćwiczeniach (praca indywidualna lub grupowa). Ocena z ćwiczeń jest średnią ocen uzyskanych z zadań i referatu.

Ocena końcowa z przedmiotu jest oceną składającą się w 50% z oceny z testu końcowego i w 50% z oceny z ćwiczeń (ocena z ćwiczeń może zostać podwyższona za aktywność).

Literatura podstawowa

- Bachnik K., Consumer behaviour: implications for marketing, Warsaw School of Economics, Warszawa 2016.
- Blount J., Sprzedaż wirtualna, zyski realne: jak wykorzystywać technologie do skutecznej komunikacji z nabywcami, Wyd. Helion, Gliwice 2021.
- Dobiegała-Korona B. (red.), Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Wyd. AlmaMer, Warszawa 2010.
- Fortuna P., Sprzedaż bez sprzedawania: psychologia dobrego wpływu na klienta, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2019.
- Nalazek M., Internetowe kanały dystrybucji na rynku turystycznym, Wyd. Difin, Warszawa, 2010.
- Rudnicki L., Zachowania konsumentów na rynku, PWE, Warszawa 2012.

Literatura uzupełniająca

- Król M., Pricing and distribution strategies, SGH, Warszawa 2015.
- Mazurek-Łopacińska K., Zachowania konsumentów na współczesnym rynku: perspektywa marketingowa, PWE, Warszawa 2021
- Niemczyk A., Zachowania konsumentów na rynku turystycznym, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2010.
- Pawlicz A., E-turystyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2012.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Agnieszka Gandecka (ostatnia modyfikacja: 24-02-2023 18:44)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ