

WF1s_068

Nazwa kierunku studiów	Aktywność fizyczna i agroturystyka kwalifikowana
Nazwa modułu, także nazwa w języku angielskim	Ekonomika usług / Economics of services
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu	obowiązkowy
Poziom studiów	pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	III
Semestr dla kierunku	6
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/niekontaktowe	3 (1,36/1,64)
Tytuł naukowy/stopień naukowy, imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za moduł	dr inż. Paweł Janulewicz
Jednostka oferująca moduł	Katedra Zarządzania i Marketingu
Cel modułu	Dostarczenie wiedzy dotyczącej roli i znaczenia usług dla przedsiębiorstwa jak i konsumentów. Zapoznanie studentów z podziałem usług i wskazaniem ich charakterystycznych cech. Określenie czynników hamujących globalizację konsumpcji w sferze usług. Zdefiniowanie pojęć: popyt, podaż. Określenie metod kształtowania ceny. Ocena wpływu instrumentów marketingowych na konkurencyjność przedsiębiorstwa. Analiza metod wykorzystywanych do badania satysfakcji klientów oraz charakterystyka więzi występujących pomiędzy poszczególnymi podmiotami.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawy marketingu, Podstawy ekonomii.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej	Literatura podstawowa 1. Begg D., Mikroekonomia, Wyd. PWE, Warszawa 2014 2. Otto J., Marketing w handlu i usługach, Wyd. Politechniki Łódzkiej, 2007 3. Begg D. Ekonomia: Mikroekonomia. Wyd. PWE, Warszawa 2003 4. Rogoziński K., Nowy marketing usług, Wydawnictwo AE w Poznaniu, 2000 5. Sławińska M., Mikołajczyk J., Zarządzanie przedsiębiorstwem handlowym. Zadania i studia przypadków, Wydawnictwo AE w Poznaniu, 2003 Literatura uzupełniająca 1. Rogoziński K., Nicholls R. F., Marketing usług na przykładach, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2001.
Planowane formy/działania/metody dydaktyczne	Wykład, praca indywidualna studenta, prace zespołowe – projekt, dyskusja. Uwzględniając nauczanie i uczenie się z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość i wynikające stąd uwarunkowania.