

M uu_uu	M OG_ S1/EKO/7/3
Kierunek lub kierunki studiów	Ogrodnictwo
Nazwa modułu kształcenia, także nazwa w języku angielskim	Zarządzanie i marketing w turystyce Management and marketing in tourism
Język wykładowy	polski
Rodzaj modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	obowiązkowy na specjalności Ekoturystyka
Poziom modułu kształcenia	studia pierwszego stopnia, stacjonarne
Rok studiów dla kierunku	IV
Semestr dla kierunku	7
Liczba punktów ECTS z podziałem na kontaktowe/ niekontaktowe	4 (1,88/1,12)
Tytuł/stopień/Imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej	Dr Wioletta Wróblewska
Jednostka oferująca moduł	Zakład Ekonomiki Ogrodnictwa
Cel modułu	Dostarczenie wiedzy z zakresu podstawowych procesów w zarządzaniu organizacją, oraz podstaw marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem w branży turystycznej. Realizowany przedmiot ma za zadanie wykształcenie umiejętności analizy zjawisk i procesów zachodzących na rynku usług turystycznych niezbędnych w procesie planowania marketingowego, zapoznanie z teorią marketingu, w tym z pojęciem i zasadami marketingu produktów turystycznych.
Treści modułu kształcenia – zwrócić uwagę na ok. 100 słów.	Treści modułu obejmują zagadnienia dotyczące podstaw zarządzania przedsiębiorstwem w branży turystycznej, zagadnienia dotyczące marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem, zasady budowania planu marketingowego, segmentacji klientów, ocenę pozycji konkurencyjnej i analizę konkurencji oraz elementarne decyzje strategiczne i działania marketingowe w podmiocie gospodarczym w branży turystycznej.
Zalecana lista lektur lub lektury obowiązkowe	<ol style="list-style-type: none"> 1. Middleton V.T.C. 1996. Marketing w turystyce. Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa 2. Marcinkiewicz C. 2010. Zarządzanie produktem turystycznym (z elementami psychologii). Oficyna Wydawnicza Humanitas, Sosnowiec. 3. Griffin R. W. 2000. Podstawy zarządzania organizacjami. PWN, Warszawa.
Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne	Wykład - konwencjonalny i konwersatoryjny, ćwiczenia audytoryjne, praca z książką, metody przypadków i problemowe – klasyczna metoda projektowa, generowanie pomysłów „burza mózgów”