



| | | | | |
|---|----------------------------------|--|--------------------------------|-----------------------------|
| Przedmiot: RYNEK USŁUG TURYSTYCZNYCH | | | | |
| Forma zajęć: wykład | Semestr: 5 | Rok: 3 | Wymiar godzin: 30 | Punkty ECTS: 3 |
| Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę | Typ przedmiotu: do wyboru | | Język nauczania: polski | |
| Kierunek: Ekonomia | | Tryb: stacjonarne | | Rodzaj: licencjackie |
| Specjalność: analityk rynku | | | | |
| Katedra: Katedra Mikroekonomii i Ekonomii Instytucjonalnej | | | | |
| Stopień naukowy wykładowcy: mgr | | Imię i nazwisko wykładowcy: Izabela Ścibiorska | | |

Wymagania wstępne (przedmioty wprowadzające):

Mikroekonomia, Statystyka

Program przedmiotu:

Temat 1. Istota rynku usług turystycznego i jego cechy charakterystyczne. Kryteria podziału i rodzaje rynków usług turystycznych. Podstawowe mechanizmy funkcjonowania rynku towarów i usług. Główne tendencje zmian konsumpcji turystycznej.

Temat 2. Klasyfikacja metod badania rynku usług turystycznego.

Temat 3. Cechy popytu turystycznego. Badania ruchu turystycznego jako nośnika popytu na rynku usług turystycznych. Czasowy i przestrzenny rozkład ruchu turystycznego (wskaźniki struktury, konstrukcja trendów popytu turystycznego). Sezonowość popytu turystycznego (wyodrębianie wskaźników sezonowości). Paradoks Giffena i Veblena w turystyce.

Temat 4. Czynniki podaży usługi turystycznej. Badania podaży usługi turystycznej za pomocą delimitacji funkcjonalnej regionów turystycznych (wielkość zatrudnienia, wskaźnik Schneidera, wskaźnik Deferta, wskaźnik Charvata) oraz oceny atrakcyjności turystycznej z punktu widzenia turysty i inwestora.

Temat 5. Badanie elastyczności cenowej i dochodowej popytu i podaży turystycznej.

Temat 6. Instrumenty i działania marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym (produkt przedsiębiorstwa, polityka cenowa, problemy dystrybucji i promocji oferty).

Temat 7. Segmentacja rynku usług turystycznych. Konkurencja na rynku usług turystycznych.

Temat 8. Analiza koniunktury turystycznej z wykorzystaniem testu koniunktury. Prognozowanie zjawisk występujących na rynku usług turystycznych.

Temat 9. Trendy i nowe zjawiska w popycie i podaży usług turystycznych.

Temat 10. Rachunek satelitarny jako narzędzie mierzenia efektów ekonomicznych turystyki.

Temat 11. Istota jakości usługi turystycznej, metody pomiaru jakości usług turystycznych.

Temat 12. Wzrost badawczy – przygotowanie kwestionariusza do badań rynku usług turystycznych, realizacja procesu badawczego, prezentacja

Metody dydaktyczne:

Metoda podająca oraz aktywizująca, wykład informacyjny z wykorzystaniem techniki audiowizualnej (folie - rzutnik pisma, slajdy -projektor multimedialny) .

Cele przedmiotu:

Umiejętności: poznanie metodologii badania zjawisk występujących na rynku usług turystycznych, analiza znaczenia ekonomicznego turystyki w gospodarce kraju, przygotowanie i przeprowadzenie badań ankietowych dotyczących funkcjonowania podmiotów turystycznych (np. biur podróży, hoteli). Kompetencje: prowadzenie analiz rynku usług turystycznych dla potrzeb decyzyjnych przedsiębiorstw turystycznych i innych instytucji.

Warunki zaliczenia:

Zaliczenie wykładu na podstawie pozytywnej oceny aktywności, projektu i sprawdzianu pisemnego.

Literatura podstawowa (do 4 pozycji):

1. Andrzej Rapacz (red.), Przedsiębiorstwo turystyczne, Difin, Warszawa 2007
2. Agnieszka Niezgoda, Piotr Zmyślony, Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju, Wyd. AE Poznań 2006
3. Jacek Kaczmarek, Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk, Produkt turystyczny: pomysł, organizacja, zarządzanie, PWE Warszawa 2005

Literatura uzupełniająca (do 4 pozycji):

4. Stanisław Borkowski, Ewa Wszendybył, Jakość i efektywność usług hotelarskich, PWN Warszawa 2007
5. Ewa Dziedzic (red.), Rachunek satelitarny turystyki dla Polski, WSE Warszawa 2007