



<b>Przedmiot:</b> RYNEK USŁUG TURYSTYCZNYCH				
<b>Forma zajęć:</b> ćwiczenia	<b>Semestr:</b> 5	<b>Rok:</b> 3	<b>Wymiar godzin:</b> 15	<b>Punkty ECTS:</b>
<b>Forma zaliczenia:</b> zaliczenie na ocenę	<b>Typ przedmiotu:</b> do wyboru		<b>Język nauczania:</b> polski	
<b>Kierunek:</b> Ekonomia		<b>Tryb:</b> stacjonarne		<b>Rodzaj:</b> licencjackie
<b>Specjalność:</b> analityk rynku				
<b>Katedra:</b> Katedra Mikroekonomii i Ekonomii Instytucjonalnej				
<b>Stopień naukowy wykładowcy:</b> mgr		<b>Imię i nazwisko wykładowcy:</b> 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 Zmysłony, 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