

WYMAGANIA EDUKACYJNE MARKETING USŁUG TURYSTYCZNYCH

Nazwa szkoły: Technikum nr 3 w Dąbrowie Górniczej

Imię i nazwisko: mgr Michalina Miśkiewicz-Brzęczek

Rok szkolny: 2021/ 2022

Nr programu nauczania: ZSE-TTOT-422103-2018

Zawód: **Technik obsługi turystycznej**

Podręcznik: Nauczyciel nie wymaga podręcznika.

W celu otrzymania pozytywnej oceny, oprócz spełnienia wymagań wynikających z realizacji treści podstawy programowej, uczeń powinien:

- a) brać czynny udział w zajęciach edukacyjnych
- b) prowadzić rzetelnie zeszyt przedmiotowy
- c) wykonywać polecenia nauczyciela związane z procesem dydaktycznym,
- d) być obecnym na pisemnych sprawdzianach wiadomości (z wyjątkiem sytuacji losowych – usprawiedliwionych)

Klasa IV

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY				
NAZWA DZIAŁU	KONIECZNE (ocena dopuszczająca)	PODSTAWOWE (ocena dostateczna)	ROZSZERZAJĄCE (ocena dobra)	DOPEŁNIAJĄCE (ocena bardzo dobra)
Dystrybucja w usługach	Uczeń: - definiuje pojęcie dystrybucji - wymienia rodzaje dystrybucji - definiuje: konflikt, franchising - zna definicję kanału dystrybucyjnego - zna pojęcie detalisty i jego znaczenie w marketingu	Uczeń: - wymienia funkcje dystrybucji - zna rodzaje kanałów dystrybucyjnych - podaje przykładowe kanały dystrybucji - omawia systemy dystrybucji - wymienia pośredników sprzedaży produktów - podaje przykładowe źródła konfliktów - podaje przykłady franczyzy we własnym środowisku - zna zasady odpowiedniego wyboru kanałów dystrybucji - zna rodzaje detalistów - wymienia funkcje dystrybucji	Uczeń: - potrafi wymienić korzyści ze stosowania odpowiednich dla danej firmy kanałów dystrybucji - rozróżnia i potrafi scharakteryzować pionowe i poziome kanały dystrybucji i podaje ich przykłady w turystyce - zna pojęcia konsorcjum i franczyzy - dobiera system dystrybucji do konkretnego produktu - podaje przykładowe sposoby rozwiązywania konfliktów	Uczeń: - charakteryzuje rolę dystrybucji w strategii przedsiębiorstwa - rozróżnia funkcje dystrybucji - analizuje przesłanki decydujące o wyborze kanału dystrybucji - wyjaśnia, na czym polega franchising i konsorcjum

Promocja	• zna narzędzia promocji • zna rodzaje i cele reklamy • zna środki upowszechniania reklamy • zna definicje planu marketingu firmy • zna pojęcie „segmentacja oraz jej podstawowe kryteria • wyjaśnia pojęcie: promocja • podaje cele reklamy • omawia jeden wybrany przez siebie rodzaj reklamy • definiuje: sprzedaż osobista, promocja bezpośrednia, promocja • definiuje: public relations	• wymienia funkcje reklamy i podaje przykłady spotów reklamowych w TV • z pomocą nauczyciela przygotowuje reklamę dowolnego produktu • wymienia rodzaje nośników reklamy • porównuje sprzedaż osobistą i promocję sprzedaży • odróżni skuteczne i nieskuteczne sposoby reklamy • wyjaśnia role sprzedawcy w promocji sprzedaży • wie z jakich części składa się plan marketingu • wymienia funkcje reklamy i podaje przykłady spotów reklamowych w TV • z pomocą nauczyciela przygotowuje reklamę dowolnego produktu • wymienia rodzaje nośników reklamy	• charakteryzuje promocję i jej funkcje • podaje środki przekazu • prezentuje i omawia bodźce materialne promocji sprzedaży • rozróżnia rodzaje sprzedaży osobistej • potrafi omówić znaczenie promocji • wymienia i opisuje kryteria segmentacji rynku • podaje kwalifikacje i umiejętności sprzedawcy • porównuje sprzedaż osobistą i promocję sprzedaży	• analizuje poszczególne elementy promocji • analizuje strategię kampanii reklamowej • przedstawia środki public relations • potrafi wskazać korzyści wynikające z wyboru odpowiedniego nośnika reklamy • analizuje wpływ reklamy na konsumenta • opracowuje kampanię public relations

Ocenę celującą otrzymuje uczeń, gdy:

- w pełni opanował materiał przewidziany programem nauczania,
- jego wypowiedzi są wyczerpujące pod względem merytorycznym,
- swobodnie operuje pojęciami w zakresie marketingu usług hotelarskich i wyciąga właściwe wnioski,
- samodzielnie i twórczo rozwija swoje uzdolnienia,
- aktywnie uczestniczy w lekcjach,
- wyróżnia się: sumiennością, dyscypliną pracy, postawą zawodową, prowadzeniem zeszytu zajęć lekcyjnych, wyglądem zewnętrznym, postawą wobec nauczycieli i kolegów oraz poszanowaniem mienia;

Ocenianie ucznia o specjalnych potrzebach edukacyjnych dostosowane jest do jego indywidualnych możliwości. Uwzględnia ono zalecenia opinii lub orzeczenia PPP, jego zaangażowanie w proces dydaktyczny oraz postępy w nauce.

Opracowała:
Michalina Miśkiewicz-Brzęczek