

## WYMAGANIA EDUKACYJNE MARKETING USŁUG HOTELARSKICH

**Nazwa szkoły:** Technikum nr 3 w Dąbrowie Górniczej

**Imię i nazwisko:** mgr Michalina Miśkiewicz-Brzęczek

**Rok szkolny:** 2021/ 2022

**Nr programu nauczania:** ZSE-HOT-422402-2020

**Zawód:** Technik hotelarstwa

**Podręcznik:** Adam Stefański *Marketing usług hotelarskich* (wydawnictwo WSiP)

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 II

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY				
NAZWA DZIAŁU	KONIECZNE (ocena dopuszczająca)	PODSTAWOWE (ocena dostateczna)	ROZSZERZAJĄCE (ocena dobra)	DOPEŁNIAJĄCE (ocena bardzo dobra)
<b>Podstawowe wiadomości o marketingu.</b>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• podaje definicje: marketing, otoczenie, rynek, popyt, podaż, cena, segmentacja</li> <li>• rozpoznaje rodzaje rynku, elementów otoczenia firmy</li> <li>• określa czynniki wpływające na popyt i podaż, cenę</li> <li>•</li> </ul>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• charakteryzuje poznane pojęcia: marketing, otoczenie, rynek popyt, podaż, cena, segmentacja, marketing mix</li> <li>• rozróżnia czynniki wpływające na popyt i podaż, cenę</li> <li>• uzasadnia sposoby postępowania nabywcy na rynku</li> <li>• wyjaśnia formy współpracy</li> </ul>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• samodzielnie rozwiązuje zadania z popytu i podaży</li> <li>• klasyfikuje poznane pojęcia według różnych kryteriów: segmentacja, rodzaje rynku</li> <li>• rysuje wykresy popytu, podaży</li> <li>• stosuje poznaną wiedzę do rozwiązania zadania</li> </ul>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• analizuje poznane pojęcia i dowodzi ich prawidłowości</li> <li>• samodzielnie rozwiązuje zadania i stosuje poznaną wiedzę do ich rozwiązania</li> </ul>
<b>Badania marketingowe na rynku usług hotelarskich</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• podaje definicje: badanie marketingowe, próba badawcza, informacja</li> <li>• rozpoznaje etapy badania marketingowego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wyjaśnia i charakteryzuje poznane pojęcia: badanie marketingowe, próba badawcza, informacja</li> <li>• umie wyjaśnić znaczenie danych pierwotnych i wtórnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• klasyfikuje poznane metody badawcze oraz informacje</li> <li>• stosuje zdobytą wiedzę i potrafi przeprowadzić badanie marketingowe oraz sporządzić raport z badania</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• analizuje poznane pojęcia i dowodzi ich prawidłowości</li> <li>• samodzielnie przeprowadza badanie marketingowe, tworzy narzędzie</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>rozpoznaje metody badań, metody doboru do próby, rodzaje informacji</li> <li>określa elementy ankiety</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rozdziela i potrafi scharakteryzować poszczególne elementy ankiety</li> <li>rozpoznaje i opisuje metody badań marketingowych oraz metody doboru do próby</li> <li>klasyfikuje informacje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>potrafi podać i opisać elementy ankiety oraz stworzyć narzędzie badawcze</li> <li>charakteryzuje metody doboru jednostek do próby</li> </ul>	<p>badawcze oraz sporządza raport z badania</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>opracowuje projekt wybranego narzędzia badawczego</li> </ul>
<b>Analiza zachowań gości hotelowych</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>podaje definicje: potrzeba, pragnienie</li> <li>rozpoznaje rodzaje potrzeb</li> <li>rozpoznaje bezpośrednie zachowania gości hotelowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wyjaśnia i charakteryzuje poznane pojęcia: potrzeba, pragnienie, piramida potrzeb, segmentacja rynku</li> <li>rozdziela i potrafi scharakteryzować poszczególne potrzeby w piramidzie potrzeb</li> <li>rozpoznaje i opisuje oczekiwania gości hotelowych</li> <li>klasyfikuje czynniki determinujące zachowania gości</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>klasyfikuje gości na podstawie ich bezpośredniego zachowania</li> <li>stosuje zdobytą wiedzę i potrafi przeprowadzić badanie marketingowe oraz sporządzić raport z badania</li> <li>potrafi określić i scharakteryzować kryteria segmentacji rynku</li> <li>zna zasady tworzenia programu lojalnościowego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>analizuje poznane pojęcia i dowodzi ich prawidłowości</li> <li>tworzy program lojalnościowy obiektu hotelowego</li> <li>dokonuje samodzielnej segmentacji rynku dla dowolnego obiektu noclegowego</li> </ul>

**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**