

## 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-THOT-422402-2019-G

**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 III

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY				
NAZWA DZIAŁU	KONIECZNE (ocena dopuszczająca)	PODSTAWOWE (ocena dostateczna)	ROZSZERZAJĄCE (ocena dobra)	DOPEŁNIAJĄCE (ocena bardzo dobra)
<p><b>Instrumenty marketingu MIX w usługach hotelarskich.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rozróżnia i potrafi scharakteryzować poszczególne elementy formuł 4P, 5P, 8P</li> </ul>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• podaje definicje: produkt, cena, dystrybucja, promocja, personel, negocjacje</li> <li>• zna pojęcie marki, znaku firmowego i logo</li> <li>• zna schemat cyklu życia produktu</li> <li>• zna podstawowe orientacje rynkowe</li> <li>• rozpoznaje elementy produktu, ceny, dystrybucji i promocji</li> <li>• rozpoznaje fazy cyklu życia produktu</li> <li>• podaje elementy i funkcje ceny</li> <li>• wylicza kanały dystrybucji oraz narzędzia stosowane w promocji</li> </ul>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wyjaśnia i charakteryzuje poznane pojęcia: produkt, ceny, dystrybucja, promocja, personel i negocjacje</li> <li>• rozróżnia i potrafi scharakteryzować podstawowe orientacje rynkowe</li> <li>• rozróżnia formuły 4P, 5P, 8P</li> <li>• potrafi wymienić warstwy produktu w jego strukturze</li> <li>• rozróżnia i potrafi scharakteryzować elementy wyposażenia produktu,</li> <li>• opisuje cykl życia produktu oraz strategię stosowane dla poszczególnych elementów marketingu mix</li> </ul>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zna omawianą na zajęciach problematykę na poziomie rozszerzonym oraz w sposób logiczny i spójny ją interpretuje</li> <li>• rozumie znaczenie dóbr i usług jako środka zaspokajającego ludzkie potrzeby</li> <li>• rozróżnia i potrafi scharakteryzować poszczególne elementy formuł 4P, 5P 8P</li> <li>• wie na czym polega marketing interakcyjny</li> <li>• klasyfikuje: produkt, cenę, dystrybucję oraz promocję według poznanych kryteriów</li> <li>• stosuje zdobytą wiedzę i potrafi sporządzić przekaz reklamowy</li> </ul>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• analizuje poznane pojęcia i dowodzi ich prawdziwości</li> <li>• samodzielnie opracowuje program promocji i buduje kampanię reklamową</li> <li>• opracowuje projekt wybranej strategii marketingu mix</li> <li>• potrafi określić na przykładzie znanych produktów rynkowych, w której fazie cyklu życia znajduje się ten produkt</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• opisuje cztery rodzaje produktów macierzy BCG</li> <li>• wymienia style kierowania oraz style negocjacji</li> <li>• potrafi wymienić i omówić funkcje promocji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• charakteryzuje i porównuje strategie stosowane dla poszczególnych narzędzi marketingu mix</li> <li>• rozumie jaka jest istota reklamy i jej miejsce w strategii marketingowej</li> <li>• charakteryzuje style kierowania oraz politykę personalną</li> <li>• wie jak scharakteryzować warstwy produktu na wybranym przykładzie</li> <li>• opisuje poznane sposoby zatrudniania pracownika</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wyjaśnia i analizuje przyczyny wprowadzania na rynek nowych produktów</li> <li>• analizuje pozycję rynkową wszystkich produktów z pomocą macierzy BCG</li> <li>• trafnie analizuje studium przypadku</li> <li>•</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**