

WYMAGANIA EDUKACYJNE MARKETING W TURYSTYCE

Nazwa szkoły: Technikum nr 3 w Dąbrowie Górniczej

Imię i nazwisko: mgr Michalina Miśkiewicz-Brzęczek

Rok szkolny: 2021/ 2022

Nr programu nauczania: ZSE-TTOT-422104-2019-G

Zawód: Technik organizacji turystyki

Podręcznik: R. Tylińska *Marketing usług turystycznych* (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)

KL. III

WYMAGANIA EDUKACYJNE NA POSZCZEGÓLNE OCENY				
NAZWA DZIAŁU	KONIECZNE (ocena dopuszczająca)	PODSTAWOWE (ocena dostateczna)	ROZSZERZAJĄCE (ocena dobra)	DOPEŁNIAJĄCE (ocena bardzo dobra)
<p>Instrumenty marketingu MIX w usługach – dystrybucja i promocja</p> <p>Segmentacja rynku</p>	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna definicję kanału dystrybucyjnego • zna pojęcie detalisty i jego znaczenie w marketingu • 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 	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna zasady odpowiedniego wyboru kanałów dystrybucji • zna zasady organizowania i utrzymywania efektywnych kanałów dystrybucji • zna rodzaje kanałów dystrybucyjnych • zna rodzaje detalistów • wymienia funkcje dystrybucji • podaje przykładowe kanały dystrybucji • omawia systemy dystrybucji • wymienia pośredników sprzedaży produktów 	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Uczeń:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zna pojęcie i funkcje dystrybucji • zna definicję kanału dystrybucyjnego • zna pojęcie detalisty i jego znaczenie w marketingu • charakteryzuje rolę dystrybucji w strategii przedsiębiorstwa • rozróżnia funkcje dystrybucji • analizuje przesłanki decydujące o wyborze kanału dystrybucji • potrafi scharakteryzować konsorcjum i franczyzę jako

	<ul style="list-style-type: none"> • omawia jeden wybrany przez siebie rodzaj reklamy • definiuje pojęcia: sprzedaż osobista, promocja bezpośrednia, promocja, public relations • ma braki w opanowaniu wiadomości i umiejętności ostatnich trzech lekcji • z pomocą nauczyciela rozwiązuje typowe zadania praktyczne o niewielkim stopniu trudności • jest bierny na lekcjach, ale motywowany jest w stanie przy pomocy nauczyciela wykonywać proste zadania wymagające zastosowania podstawowych umiejętności, które umożliwiają edukację na następnym etapie kształcenia 	<ul style="list-style-type: none"> • podaje przykładowe źródła konfliktów • podaje przykłady franszyzy we własnym środowisku • potrafi wyjaśnić sposoby oddziaływania na konsumenta i na produkt • odróżni skuteczne i nieskuteczne sposoby reklamy • wyjaśnia role sprzedawcy w promocji sprzedaży • wymienia i opisuje kryteria segmentacji rynku • 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 • podaje kwalifikacje i umiejętności sprzedawcy • porównuje sprzedaż osobistą i promocję sprzedaży • opanował częściowo zakres wiadomości i umiejętności trzech ostatnich lekcji • korzysta z pomocą nauczyciela ze źródeł wiedzy • z pomocą nauczyciela poprawnie stosuje wiadomości i umiejętności przy rozwiązywaniu typowych problemów • posiada wyrywkową i fragmentaryczną wiedzę z zakresu podstaw marketingu, 	<ul style="list-style-type: none"> • zna pojęcie reklamy i potrafi wymienić oraz opisać jej funkcje • potrafi wymienić i scharakteryzować podstawowe media reklamowe • potrafi dokonać segmentacji rynku dla konkretnego produktu turystycznego • charakteryzuje promocję i jej funkcje • podaje środki przekazu • prezentuje i omawia bodźce materialne promocji sprzedaży • rozróżnia rodzaje sprzedaży osobistej • potrafi omówić znaczenie promocji • w znacznym stopniu opanował zakres wiadomości i umiejętności trzech ostatnich lekcji • poprawnie stosuje wiadomości i umiejętności potrzebne do samodzielnego rozwiązywania typowych problemów • potrafi rozwiązać niektóre zadania dodatkowe • poprawnie rozumie w kategoriach przyczynowo-skutkowych • potrafi wykorzystać wiedzę w sytuacjach typowych 	<p>formy współdziałania w dystrybucji</p> <ul style="list-style-type: none"> • trafnie analizuje studium przypadku • zna narzędzia promocji i potrafi je zastosować w praktyce • zna rodzaje i cele reklamy • zna środki upowszechniania reklamy • potrafi samodzielnie opracować materiały reklamowe dla dowolnego produktu turystycznego • samodzielnie opracowuje program promocji i buduje kampanię reklamową • 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 • • sprawnie posługuje się terminologią z zakresu marketingu • wykazuje dużą samodzielność i bez pomocy nauczyciela korzysta z różnych źródeł wiedzy rozwiązuje zadania dodatkowe
--	--	---	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> • opanował podstawowe fakty i pojęcia pozwalające mu na rozumienie najważniejszych zagadnień 		
--	--	--	--	--

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***