

## ZESPÓŁ SZKÓŁ EKONOMICZNYCH W KIELCACH

### WYMAGANIA EDUKACYJNE

z uwzględnieniem efektów kształcenia i kryteriów weryfikacji ujętych w podstawie programowej  
niezbędne do uzyskania poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z obowiązkowych zajęć edukacyjnych

### MARKETING USŁUG HOTELARSKICH

kształcenie praktyczne

KLASA 3,4

TECHNIK HOTELARSTWA	Symbol cyfrowy zawodu: 422402	Kwalifikacja I – HGT.06- Realizacja usług w recepcji	Liczba godzin: 60	Klasa 3: 1 godzina (1 godzina tygodniowo) Klasa 4: 1 godzina (1godzina tygodniowo)
------------------------	----------------------------------	--	-------------------	---

### LITERATURA:

Center J., Marketing w hotelarstwie , WSIP, Warszawa 2013  
Stefański A., Marketing usług hotelarskich , WSIP , Warszawa 2013  
Sawicka B., Świątkowska M, Tul- Krzyszczuk A., Bliska E, Górska -- Warszewicz H, Świstak E., Sawicka- Muchewicz , A.  
Mikulska T., Hotelarstwo, cz. IV, Marketing usług hotelarskich , Format AB , Warszawa 2015

A. WYMAGANIA EDUKACYJNE Z UWZGLĘDNIENIEM EFEKTÓW KSZTAŁCENIA I KRYTERIÓW WERYFIKACJI UJĘTYCH W PODSTAWIE PROGRAMOWEJ NIEZBĘDNE DO UZYSKANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN KLASYFIKACYJNYCH Z OBOWIĄZKOWYCH ZAJĘĆ EDUKACYJNYCH

Niedostateczny	<p>Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– nawet przy pomocy nauczyciela nie potrafi przedstawić wyników swojej pracy w formie pisemnej i ustnej,</li> <li>– nie opanował elementarnych wiadomości i umiejętności określonych programem nauczania,</li> <li>– notorycznie nie przygotowuje się do lekcji, nie wykonuje ćwiczeń</li> <li>– odznacza się brakiem systematyczności i chęci do nauki,</li> <li>– nie przestrzega przepisów bhp i ppoż na zajęciach,</li> <li>– opuszcza zajęcia</li> </ul>
Dopuszczający	<p>Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ma niepełną wiedzę określoną w podstawie programowej</li> <li>– przestrzega przepisy bhp i ppoż</li> <li>– ma duże luki w wiadomościach i umiejętnościach – wykonuje ćwiczenia o niewielkim stopniu trudności</li> <li>– na lekcjach jest bierny pracuje opieszale, ćwiczenia wykonuje niestarannie i mało estetycznie, pracuje z grupą lub z pomocą nauczyciela, a mimo to popełnia wiele pomyłek</li> <li>– nie umie dokonać oceny poprawności wykonanych ćwiczeń</li> <li>– nie potrafi wyciągnąć wniosków z wykonanych ćwiczeń</li> <li>– prawidłowo przeprowadza ćwiczenia w początkowej fazie</li> </ul>
Dostateczny	<p>Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ma niepełną wiedzę określoną w podstawie programowej, opanował wiadomości i umiejętności podstawowe,</li> <li>– wykonuje ćwiczenia z dużymi błędami</li> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– samodzielnie przedstawia wyniki swojej pracy w formie ustnej i pisemnej</li> <li>– wykonuje zadania teoretyczne i praktyczne o średnim stopniu trudności, bez opisów</li> <li>– przy wykonywaniu ćwiczeń określonych programem nauczania jest mało samodzielny</li> <li>– pracuje tylko w grupie, jest mało staranny</li> <li>– nie umie określić poprawności wykonanych ćwiczeń</li> </ul>
Dobry	<p>Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wykonuje samodzielnie ćwiczenie</li> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– opanował wiadomości i umiejętności o umiarkowanym stopniu trudności</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– poprawnie stosuje wiadomości, rozwiązuje i wykonuje samodzielnie typowe ćwiczenia</li> <li>– samodzielnie i higienicznie wykonuje ćwiczenia z poszczególnych działów określonych programem nauczania</li> <li>– popełnia drobne pomyłki przy wykonywaniu ćwiczeń, a estetyka</li> <li>– ćwiczeń jest na poziomie dobrym z pełnym opisem i wnioskami</li> </ul>
Bardzo dobry	<p>Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– sprawnie posługuje się zdobytymi wiadomościami przewidzianymi programem nauczania</li> <li>– potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w sytuacjach nowych i nietypowych</li> <li>– osiąga minimum wymaganej wydajności</li> <li>– prawidłowo i bardzo sprawnie wykonuje ćwiczenia, pracuje w pełni samodzielnie</li> <li>– sprawnie omawia poszczególne etapy pracy – wyciąga poprawnie wnioski</li> <li>– wykonuje ćwiczenia bardzo starannie, estetycznie, dokładnie, z pełnym opisem i z zachowaniem zasad bezpieczeństwa pracy</li> <li>– sprawnie przeprowadza analizę poprawności wykonania ćwiczeń</li> <li>– biegle charakteryzuje wnioski z przeprowadzonych ćwiczeń</li> </ul>
Celujący	<p>Ocenę celującą otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ma wiedzę i umiejętności wykraczające poza podstawę programową; zna literaturę zawodową, potrafi zastosować wiedzę w różnych sytuacjach problemowych</li> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– samodzielnie rozwija swoje zainteresowanie</li> <li>– startuje z sukcesami w konkursach i olimpiadach</li> <li>– jego wydajność pracy przekracza ustaloną normę minimalną</li> <li>– uczeń doskonale wykonuje zadania</li> <li>– wynik w pełni odpowiada warunkom odbioru, sporządza i analizuje wnioski</li> </ul>

## Kryteria oceniania z MARKETINGU USŁUG HOTELARSKICH

Iwedług poziomu opanowania przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań edukacyjnych

Ocena	Poziom opanowania przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań edukacyjnych
NIEDOSTATECZNY	0% - 29%
DOPUSZCZAJĄCY	30% - 49%
DOSTATECZNY	50% - 69%
DOBRY	70% - 89%
BARDZO DOBRY	90% - 95%
CELUJĄCY	96% - 100%

### Opisowe kryteria oceniania w ramach obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu Marketing usług hotelarskich

Niedostateczny	Ocenę niedostateczną otrzymuje uczeń, który: <ul style="list-style-type: none"><li>– nawet przy pomocy nauczyciela nie potrafi przedstawić wyników swojej pracy w formie pisemnej i ustnej,</li><li>– nie opanował elementarnych wiadomości i umiejętności określonych programem nauczania,</li><li>– notorycznie nie przygotowuje się do lekcji, nie wykonuje ćwiczeń</li><li>– odznacza się brakiem systematyczności i chęci do nauki,</li><li>– nie przestrzega przepisów bhp i ppoż na zajęciach,</li><li>– opuszcza zajęcia</li></ul>
Dopuszczający	Ocenę dopuszczającą otrzymuje uczeń, który: <ul style="list-style-type: none"><li>– ma niepełną wiedzę określoną w podstawie programowej</li><li>– przestrzega przepisy bhp i ppoż</li><li>– ma duże luki w wiadomościach i umiejętnościach – wykonuje ćwiczenia o niewielkim stopniu trudności</li><li>– na lekcjach jest bierny pracuje opieszale, ćwiczenia wykonuje niestarannie i mało estetycznie, pracuje z grupą lub z pomocą nauczyciela, a mimo to popełnia wiele pomyłek</li><li>– nie umie dokonać oceny poprawności wykonanych ćwiczeń</li><li>– nie potrafi wyciągnąć wniosków z wykonanych ćwiczeń</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– prawidłowo przeprowadza ćwiczenia w początkowej fazie</li> </ul>
Dostateczny	<p>Ocenę dostateczną otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ma niepełną wiedzę określoną w podstawie programowej, opanował wiadomości i umiejętności podstawowe,</li> <li>– wykonuje ćwiczenia z dużymi błędami</li> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– samodzielnie przedstawia wyniki swojej pracy w formie ustnej i pisemnej</li> <li>– wykonuje zadania teoretyczne i praktyczne o średnim stopniu trudności, bez opisów</li> <li>– przy wykonywaniu ćwiczeń określonych programem nauczania jest mało samodzielny</li> <li>– pracuje tylko w grupie, jest mało staranny</li> <li>– nie umie określić poprawności wykonanych ćwiczeń</li> </ul>
Dobry	<p>Ocenę dobrą otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wykonuje samodzielnie ćwiczenie</li> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– opanował wiadomości i umiejętności o umiarkowanym stopniu trudności</li> <li>– poprawnie stosuje wiadomości, rozwiązuje i wykonuje samodzielnie typowe ćwiczenia</li> <li>– samodzielnie i higienicznie wykonuje ćwiczenia z poszczególnych działów określonych programem nauczania</li> <li>– popełnia drobne pomyłki przy wykonywaniu ćwiczeń, a estetyka</li> <li>– ćwiczeń jest na poziomie dobrym z pełnym opisem i wnioskami</li> </ul>
Bardzo dobry	<p>Ocenę bardzo dobrą otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– sprawnie posługuje się zdobytymi wiadomościami przewidzianymi programem nauczania</li> <li>– potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w sytuacjach nowych i nietypowych</li> <li>– osiąga minimum wymaganej wydajności</li> <li>– prawidłowo i bardzo sprawnie wykonuje ćwiczenia, pracuje w pełni samodzielnie</li> <li>– sprawnie omawia poszczególne etapy pracy – wyciąga poprawnie wnioski</li> <li>– wykonuje ćwiczenia bardzo starannie, estetycznie, dokładnie, z pełnym opisem i z zachowaniem zasad bezpieczeństwa pracy</li> <li>– sprawnie przeprowadza analizę poprawności wykonania ćwiczeń</li> <li>– biegłe charakteryzuje wnioski z przeprowadzonych ćwiczeń</li> </ul>
Celujący	<p>Ocenę celującą otrzymuje uczeń, który:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ma wiedzę i umiejętności wykraczające poza podstawę programową; zna literaturę zawodową, potrafi zastosować wiedzę w różnych sytuacjach problemowych</li> <li>– przestrzega przepisów bhp i ppoż</li> <li>– samodzielnie rozwija swoje zainteresowanie</li> <li>– startuje z sukcesami w konkursach i olimpiadach</li> </ul>

- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>– jego wydajność pracy przekracza ustaloną normę minimalną</li><li>– uczeń doskonale wykonuje zadania</li><li>– wynik w pełni odpowiada warunkom odbioru, sporządza i analizuje wnioski</li></ul> |
|--|---|

## A. SPOSOBY SPRAWDZANIA WIEDZY

Ocenianie osiągnięć edukacyjnych ucznia polega na rozpoznaniu przez nauczyciela poziomu i postępów w opanowaniu przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań edukacyjnych wynikających z podstawy programowej i realizowanych w szkole programów nauczania uwzględniających tę podstawę. Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć uczniów powinno odbywać się zgodnie z zasadami wewnątrzszkolnego systemu oceniania. Ocena osiągnięć edukacyjnych powinna dotyczyć przede wszystkim poziomu opanowania umiejętności określonych efektami kształcenia opisanymi w podstawie programowej kształcenia zawodowego z uwzględnieniem kryteriów weryfikacji. Wszystkie oceny obligatoryjnie są jawne dla ucznia i jego rodziców (opiekunów prawnych).

Kontrola i ocena osiągnięć uczniów może być dokonywana za pomocą:

- obserwacji pracy uczniów podczas wykonywania zadań,
- testów wiedzy,
- testów umiejętności praktycznych,
- ankiety samooceny uczniowskiej.

Sprawdzenie osiągnięć edukacyjnych uczących się powinno być dokonywane poprzez ocenę wykonanych ćwiczeń, projektów, ukierunkowaną obserwację czynności wykonywanych przez uczniów.

W trakcie kontroli i oceny osiągnięć uczniów należy zwracać uwagę na praktyczne zastosowanie opanowanej wiedzy i umiejętności, jakość wykonania zadań, posługiwanie się poprawną terminologią.

W procesie kontroli i oceny należy zwracać uwagę na opanowanie przez uczniów umiejętności sporządzania pism i dokumentów, brać pod uwagę zarówno ich poprawność merytoryczną, jak i formę sporządzania.

W końcowej ocenie pracy uczniów należy uwzględniać poprawność i jakość wykonania zadań, wyniki stosowanych osiągnięć testów wiedzy i umiejętności praktycznych oraz stosunek uczniów do wykonywania ćwiczeń, aktywność, zaangażowanie, wytrwałość w wykonywaniu zadań.

### **Indywidualizacja pracy z uczniem:**

Należy każdorazowo dostosować warunki, środki, metody i formy nauczania do indywidualnych potrzeb i możliwości ucznia.

Nauczyciel realizujący program działu powinien:

- motywować uczniów do pracy,
- dostosowywać stopień trudności planowanych ćwiczeń do możliwości i potrzeb uczniów,
- planować zadania do wykonania przez uczniów z uwzględnieniem ich zainteresowań,
- przygotowywać zadania o różnym stopniu trudności i złożoności,
- zachęcać uczniów do korzystania z różnych źródeł informacji zawodowej.

### **Uczeń zdolny otrzymuje:**

dodatkowe zadania dostosowane do jego potrzeb i możliwości,

adresy stron WWW, które zawierają informacje poszerzające tematykę zajęć.

Ponadto:

Uczniowi zdolnemu można przydzielić rolę asystenta nauczyciela, umożliwić prowadzenie wybranego fragmentu lub całej lekcji oraz motywować do brania udziału w konkursach i olimpiadach.

**Uczeń z dysfunkcją** – według zaleceń poradni psychologiczno-pedagogicznej

## **B. TRYB UZYSKIWANIA OCENY WYŻSZEJ NIŻ PRZEWIDYWANA**

Uzyskanie wyższych niż przewidywane rocznych ocen klasyfikacyjnych jest możliwe dla każdego ucznia, który wyrazi taką chęć i odbywa się w drodze rozmowy ucznia z nauczycielem nad poziomem spełnienia przez ucznia kryteriów na ocenę przewidywaną i wyższą, która może być uzupełniona wykonaniem przez ucznia wskazanych przez nauczyciela zadań. Ustalamy ocenę przewidywaną (nie tylko niedostateczną) dla każdego ucznia.

## **CO TO JEST MARKETING, JEGO FUNKCJE W HOTELE**

### **SEGMENTACJA USŁUG RYNKU HOTELARSKIEGO**

### **OTOCZENIE PRZEDSIĘBIORSTWA HOTELOWEGO**

Dopuszczający	<ul style="list-style-type: none"><li>-z pomocą nauczyciela podaje definicje marketingu , definicję segmentacji rynku hotelarskiego, potrzeby, pragnienia, popyt, podaż, rynek, cena, dystrybucja, promocja, produkt,</li><li>- próbuje włączyć się do dyskusji na temat genezy i historii marketingu,</li><li>przy pomocy nauczyciela wymienia otoczenie bliższe i dalsze przedsiębiorstwa hotelarskiego,</li></ul>
Dostateczny	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- wymienić podstawowe definicje dotyczące marketingu , definicję segmentacji rynku hotelarskiego , potrzeby, pragnienia, popyt, podaż, rynek, cena, dystrybucja, promocja, produkt i zna przynajmniej połowę z nich,</li><li>- włącza się do dyskusji na temat genezy marketingu,</li><li>- odpowiada na pytanie: „w jakim celu hotel przeprowadza segmentację”,</li><li>- wymienia kryteria i etapy segmentacji,</li><li>- z pomocą nauczyciela dzieli konsumentów dla poszczególnych segmentów ,</li><li>- wymienia otoczenie bliższe i dalsze przedsiębiorstwa hotelarskiego</li></ul>

Dobry	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definiuje podstawowe definicje dotyczące marketingu , definicję segmentacji rynku hotelarskiego , potrzeby, pragnienia, popyt, podaż, rynek, cena, dystrybucja, promocja, produkt,</li> <li>- definiuje co obejmują działania marketingowe, genezę i historię marketingu,</li> <li>- odpowiada na pytanie: „w jakim celu hotel przeprowadza segmentację”,</li> <li>- dzieli konsumentów dla poszczególnych segmentów, segmenty potrafi zdefiniować,</li> <li>- z pomocą nauczyciela dokonuje segmentacji rynku na potrzeby dowolnie wybranego obiektu hotelarskiego,</li> <li>- definiuje kryteria i etapy segmentacji, poszukuje cech hotelu odpowiednio dla segmentu,</li> <li>- definiuje otoczenie bliższe i dalsze przedsiębiorstwa hotelarskiego.</li> </ul>
Bardzo dobry	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definiuje podstawowe definicje dotyczące marketingu , definicję segmentacji rynku hotelarskiego , potrzeby, pragnienia, popyt, podaż, rynek, cena, dystrybucja, promocja, produkt,</li> <li>- definiuje co obejmują działania marketingowe, genezę i historię marketingu a także podaje przykłady historyczne początków marketingu,</li> <li>- dzieli konsumentów dla poszczególnych segmentów, segmenty potrafi zdefiniować i podać przykłady,</li> <li>- definiuje kryteria i etapy segmentacji, poszukuje cech hotelu odpowiednio dla segmentu i podaje przykłady,</li> <li>- dokonuje segmentacji rynku na potrzeby dowolnie wybranego obiektu hotelarskiego,</li> <li>- definiuje otoczenie bliższe i dalsze przedsiębiorstwa hotelarskiego oraz podaje przykłady.</li> </ul>
Celujący	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wyjaśnia, w jaki sposób marketing wpływa na jakość obsługi i doświadczenia gościa hotelowego, podając konkretne przykłady (np. muzyka, zapach, sposób powitania),</li> </ul>

- analizuje działania marketingowe wybranego hotelu (np. Hilton, Marriott, hotel lokalny) i wskazuje ich mocne oraz słabe strony,
- projektuje własną mini-kampanię promocyjną hotelu, np. hasło reklamowe, krótki opis do mediów społecznościowych, propozycję plakatu lub postu,
- potrafi wyjaśnić znaczenie opinii internetowych (Booking, Google, TripAdvisor) w procesie pozyskiwania gości,
- dzieli rynek hotelowy na segmenty klientów, uzasadniając, dlaczego każdy segment ma inne potrzeby,
- tworzy tabelę ofert dopasowanych do wybranych segmentów, np. rodzin z dziećmi, gości biznesowych, seniorów, turystów weekendowych, VIP,
- przeprowadza krótką ankietę badającą preferencje potencjalnych gości (np. wśród kolegów z klasy) i interpretuje wyniki,
- proponuje udoskonalenie usług hotelowych tak, aby lepiej odpowiadały potrzebom konkretnego segmentu,
- rozróżnia czynniki wewnętrzne i zewnętrzne wpływające na funkcjonowanie hotelu,
- stosuje analizę PEST do oceny otoczenia hotelu,
- analizuje lokalny rynek hotelowy (np. w swojej miejscowości): wskazuje konkurencję, atrakcje turystyczne, sezonowość i dostępność transportu,
- wyciąga wnioski, jak hotel może dostosować ofertę, aby poradzić sobie z konkurencją i zmianami w otoczeniu.

## **SYSTEMY HOTELOWE**

### **GRUPY MARKETINGOWE WE WSPÓŁCZESNYM HOTELARSTWIE**

#### **FORMY WSPÓŁPRACY – FRANCHISING, OUTSOURCING, KOOPETYCJA, PARTNERSTWO**

Dopuszczający	<ul style="list-style-type: none"><li>- Z pomocą nauczyciela zdefiniować system hotelowy, łańcuch hotelowy,</li><li>- wymienić polskie sieci hotelowe,</li><li>- wymienić formy współpracy – franchising, outsourcing, kooperacja, partnerstwo,</li><li>- wymienić grupy marketingowe we współczesnym hotelarstwie.</li></ul>
Dostateczny	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Zdefiniować system hotelowy, łańcuch hotelowy,</li><li>- Wymienić polskie sieci hotelowe i zdefiniować co najmniej trzy z nich,</li><li>- wymienić i z pomocą nauczyciela zdefiniować formy współpracy – franchising, outsourcing, kooperacja, partnerstwo, wymienić grupy marketingowe we współczesnym hotelarstwie i zdefiniować co najmniej trzy z nich.</li></ul>
Dobry	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- zdefiniować system hotelowy, łańcuch hotelowy, sieć hoteli,</li><li>- wymienić korzyści z przystąpienia hotelu do sieci lub łańcucha,</li><li>- wie w jaki sposób tworzą się sieci i łańcuchy hotelowe,</li><li>- wymienić i zdefiniować polskie sieci hotelowe,</li><li>- wymienić i zdefiniować formy współpracy – franchising, outsourcing, kooperacja, partnerstwo,</li><li>-wymienić i zdefiniować grupy marketingowe we współczesnym hotelarstwie.</li></ul>

Bardzo dobry	<p>Uczeńpotrafi to, co na ocenę dobrą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- zdefiniować i podaje przykłady system hotelowy, łańcuch hotelowy, sieć hoteli,</li><li>- wymienić korzyści z przystąpienie hotelu do sieci lub łańcucha,</li><li>- wie w jaki sposób tworzą się sieci i łańcuchy hotelowe,</li><li>- wymienić i zdefiniować i podaje przykłady polskich sieci hotelowych.</li></ul>
Celujący	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- wyjaśnia, czym są systemy hotelowe oraz wskazuje ich znaczenie dla rozpoznawalności i standardów usług (np. Marriott, Hilton, Accor, Best Western),</li><li>- porównuje zalety i wady przynależności do systemu hotelowego, np. jednolity standard, marketing centralny, ale też koszty licencji i obowiązek przestrzegania norm,</li><li>- podaje przykłady grup marketingowych w nowoczesnym hotelarstwie,</li><li>- potrafi wyjaśnić, jak współpraca kilku hoteli wpływa na obniżenie kosztów promocji i zwiększenie rozpoznawalności oferty. analizuje formy współpracy między przedsiębiorstwami hotelowymi,</li><li>- potrafi podawać rzeczywiste przykłady hoteli korzystających z franchisingu, outsourcingu i współpracy regionalnej ,</li><li>- ocenia korzyści i ryzyka wynikające z każdej formy współpracy, potrafi zaproponować, która forma byłaby najlepsza dla hotelu w danym mieście lub regionie,</li><li>. - wykazuje umiejętność praktycznego zastosowania wiedzy, np. proponuje, jak lokalny hotel mógłby zwiększyć rozpoznawalność, dołączając do systemu hotelowego lub podejmując partnerstwo z atrakcjami turystycznymi.</li></ul>

### Klasa III

<b>CZYNNIKI DETERMINUJĄCE ZACHOWANIE ODBIORCÓW USŁUG HOTELARSKICH</b>	
<b>POTRZEBY I OCZEKIWANIA GOŚCI HOTELOWYCH</b>	
Dopuszczający	<ul style="list-style-type: none"><li>- z pomocą nauczyciela wymienia czynniki determinujące zachowania nabywców usług hotelarskich,</li><li>- z pomocą nauczyciela wymienia typologię zachowań nabywców usługi hotelarskiej.</li></ul>
Dostateczny	Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz: <ul style="list-style-type: none"><li>- wymienia czynniki determinujące zachowania nabywców usług hotelarskich,</li><li>- wymienia typologię zachowań nabywców usługi hotelarskiej i co najmniej połowę z nich definiuje.</li></ul>
Dobry	Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz: <ul style="list-style-type: none"><li>- wymienia i charakteryzuje czynniki determinujące zachowania nabywców usług hotelarskich,</li><li>- charakteryzuje typologię zachowań nabywców usługi hotelarskiej.</li></ul>
Bardzo dobry	Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz: <ul style="list-style-type: none"><li>- wymienia i charakteryzuje czynniki determinujące zachowania nabywców usług hotelarskich oraz podaje przykłady,</li><li>- charakteryzuje i podaje przykłady typologii zachowań nabywców usługi hotelarskiej.</li></ul>
Celujący	Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz: <ul style="list-style-type: none"><li>- identyfikuje czynniki wewnętrzne i zewnętrzne, które wpływają na decyzje gości przy wyborze hotelu (wiek, dochody, styl życia, reklama, opinie w internecie, lokalizacja, cena, standard).</li><li>- wyjaśnia, jak emocje, doświadczenia i wcześniejsze opinie kształtują zachowanie klienta podczas rezerwacji i pobytu w hotelu.</li><li>- analizuje profil różnych typów gości (np. biznesowy, rodzina, senior, turysta indywidualny, VIP) oraz wskazuje ich odmienne potrzeby i motywacje.</li></ul>

	<p>-wskazuje powiązanie między jakością obsługi a zadowoleniem gościa, potrafi podać przykłady działań budujących pozytywne doświadczenia (uśmiech, pomoc, personalizacja).</p> <p>-opisuje hierarchię potrzeb gościa hotelowego (np. według piramidy Maslowa) i potrafi przyporządkować usługi hotelowe do poszczególnych poziomów potrzeb.</p> <p>-porównuje potrzeby i oczekiwania różnych grup klientów,</p> <p>-proponuje konkretne rozwiązania, które mogą podnieść satysfakcję gości, np. personalizowane powitanie, oferta wellness, lokalne atrakcje, program lojalnościowy.</p> <p>-wyciąga wnioski na podstawie opinii i recenzji online, np. wskazuje, jakie działania hotel powinien wdrożyć, aby poprawić swoją ocenę i przyciągnąć więcej gości.</p>
<b>BADANIA RYNKU USŁUG HOTELARSKICH</b>	
Dopuszczający	<p>- wymienić podstawowe definicje dotyczące badan marketingowych: informacja rynkowa, badanie marketingowe, kwestionariusz, skala pomiarowa, ankieta,</p> <p>- próbuje włączyć się do rozmowy i podać przykłady badan marketingowych,</p> <p>- przy pomocy nauczyciela wymienia cechy badan marketingowych : aktualność, dostępność, obiektywizm, opłacalność.</p>
Dostateczny	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:</p> <p>- wymienić podstawowe definicje dotyczące badan marketingowych: informacja rynkowa, badanie marketingowe, kwestionariusz, skala pomiarowa, ankieta, badania jakościowe, ilościowe i przy udziale nauczyciela próbuje je scharakteryzować,</p> <p>- próbuje włączyć się do rozmowy i podać przykłady badan marketingowych,</p> <p>- przy pomocy nauczyciela wymienia cechy badan marketingowych : aktualność, dostępność, obiektywizm, opłacalność,</p> <p>przy pomocy nauczyciela wymienia kryteria na podstawie których zbudowany jest kwestionariusz i ankieta.</p>

Dobry	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić podstawowe definicje dotyczące badan marketingowych: informacja rynkowa ( zewnętrzna i wewnętrzna), badanie marketingowe, kwestionariusz, skala pomiarowa, ankieta, badania jakościowe, ilościowe i umie je scharakteryzować,</li> <li>- Wymienia i charakteryzuje cechy badania marketingowego aktualność, dostępność, obiektywizm, opłacalność,</li> <li>- włączyć się do rozmowy i podać przykłady badan marketingowych oraz źródła informacji,</li> <li>- umie skwalifikować badania marketingowe wg kryteriów: kryterium charakteru informacji, kryterium częstotliwości badan, kryterium funkcjonalności, kryterium charakteru zbiorowości respondentów,</li> <li>- charakteryzuje kryteria na podstawie których zbudowany jest kwestionariusz i ankieta.</li> </ul>
Bardzo dobry	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić podstawowe definicje dotyczące badan marketingowych: informacja rynkowa ( zewnętrzna i wewnętrzna), badanie marketingowe, kwestionariusz, skala pomiarowa, ankieta, badania jakościowe, ilościowe i umie je scharakteryzować i podaje przykłady,</li> <li>- Wymienia i charakteryzuje cechy badania marketingowego aktualność, dostępność, obiektywizm, opłacalność charakteryzuje i podaje przykłady,</li> <li>- włączyć się do rozmowy i podać przykłady badan marketingowych oraz źródła informacji,</li> <li>- umie skwalifikować badania marketingowe wg kryteriów: kryterium charakteru informacji, kryterium częstotliwości badań, kryterium funkcjonalności, kryterium charakteru zbiorowości respondentów i podać przykłady,</li> <li>- charakteryzuje i podaje przykłady kryteriów na podstawie których zbudowany jest kwestionariusz i ankieta,</li> <li>- samodzielnie wykonuje ankietę lub kwestionariusz,</li> <li>- charakteryzuje i podaje przykłady rodzajów ankiety które są wykorzystywane w marketingu: ankieta bezpośrednia, pocztowa, elektroniczna, internetowa,</li> <li>- wykonuje ankietę na temat hotelarski oraz kwestionariusz.</li> </ul>

<p>Celujący</p>	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-wyjaśnia znaczenie badań rynku w planowaniu i doskonaleniu usług hotelarskich,</li> <li>-dobiera metody badawcze (ankieta, wywiad, obserwacja, analiza opinii online) do rodzaju informacji, jakie chce uzyskać hotel,</li> <li>-tworzy prostą ankietę badawczą dotyczącą preferencji gości (np. pytania o cenę, udogodnienia, oczekiwania, poziom obsługi),</li> <li>-analizuje zebrane dane i potrafi przedstawić je w czytelnej formie, np. tabela, wykres, podsumowanie,</li> <li>-interpretuje wyniki badań i wyciąga wnioski dotyczące potrzeb klientów oraz mocnych i słabych stron hotelu.,</li> <li>-porównuje wyniki badań z ofertą hotelu i wskazuje, co można poprawić, zmienić lub wprowadzić, aby zwiększyć zadowolenie gości,</li> <li>-ocenia wiarygodność źródeł informacji, w tym opinii na Booking.com, Google, TripAdvisor, i rozumie, jak wpływają one na postrzeganie hotelu,</li> <li>- proponuje konkretne działania marketingowe na podstawie badań rynku (np. obniżka ceny poza sezonem, nowe udogodnienia dla rodzin, rozwój strefy wellness) .</li> </ul>
<p><b>MIERNIKI DZIAŁALNOŚCI HOTELARSKIEJ</b></p>	
<p>Dopuszczający</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić podstawowe definicje dotyczące mierników działalności hotelarskiej: miernik ilościowy, miernik jakościowy, miernik wartościowy, usługa hotelarska, frekwencja,</li> <li>- odpowiada na pytania nauczyciela, próbuje brać udział w dyskusji.</li> </ul>
<p>Dostateczny</p>	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić i co najmniej połowę zdefiniować podstawowe definicje dotyczące mierników działalności hotelarskiej: miernik ilościowy, miernik jakościowy, miernik wartościowy, usługa hotelarska, frekwencja, średnia cena, wskaźnik Yeld, wskaźnik RevPAR, wskaźnik RevPASH, zdolność eksploatacyjna wskaźnik ADR,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- z pomocą nauczyciela oblicza zdolność eksploatacyjną, średnią cenę, frekwencje,</li> <li>- odpowiada na pytania nauczyciela, próbuje brać udział w dyskusji.</li> </ul>
Dobry	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić i zdefiniować podstawowe definicje dotyczące mierników działalności hotelarskiej: miernik ilościowy, miernik jakościowy, miernik wartościowy, usługa hotelarska, frekwencja, średnia cena, wskaźnik Yeld, wskaźnik RevPAR, wskaźnik RevPASH, zdolność eksploatacyjna wskaźnik ADR,</li> <li>- potrafi zinterpretować wskaźniki oraz odbiorców informacji,</li> <li>- oblicza zdolność eksploatacyjną, średnią cenę, frekwencje,</li> <li>- odpowiada na pytania nauczyciela, bierze udział w dyskusji.</li> </ul>
Bardzo dobry	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić, zdefiniować i podać przykłady podstawowe definicje dotyczące mierników działalności hotelarskiej: miernik ilościowy, miernik jakościowy, miernik wartościowy, usługa hotelarska, frekwencja, średnia cena,</li> <li>- wskaźnik Yeld, wskaźnik RevPAR, wskaźnik RevPASH, zdolność eksploatacyjna, wskaźnik ADR.</li> </ul>
Celujący	<p>Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wyjaśnia, czym są mierniki działalności hotelarskiej i dlaczego służą do oceny efektywności pracy hotelu,</li> <li>- posługuje się podstawowymi wskaźnikami hotelowymi,</li> <li>- oblicza mierniki na prostych przykładach, np. jeśli hotel ma 100 pokoi, a wynajętych jest 70, to obłożenie wynosi 70%</li> <li>- interpretuje wyniki – potrafi powiedzieć, co oznacza wzrost lub spadek danego wskaźnika dla sytuacji hotelu,</li> <li>- porównuje wskaźniki między różnymi okresami (np. sezon i poza sezonem) oraz wyciąga logiczne wnioski,</li> <li>- analizuje wpływ czynników zewnętrznych (np. sezonowość, lokalne wydarzenia, konkurencja) na poziom obłożenia i przychodów,</li> </ul>

	<p>-proponuje działania poprawiające wyniki hotelu, np. promocje weekendowe, pakiety rodzinne, współpraca z lokalnymi atrakcjami,</p> <p>-ocenia skuteczność wdrożonych działań na podstawie zmian wskaźników i opinii gości.</p>
--	---