



AKADEMIA MORSKA W GDYNI
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	RYNEK USŁUG I DOŚWIADCZEŃ KLIENTA SERVICE MARKET AND CUSTOMER EXPERIENCE
			w jęz. angielskim	

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Menedżer Innowacji
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Forma studiów	niestacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	egzamin

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
II	2					18			
Razem w czasie studiów						18			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Znajomość podstaw ekonomii i zarządzania.

Cele przedmiotu
Zapoznanie studentów z istotą usług w kontekście elementów rynku usług. Zapoznanie studentów z problematyką doświadczeń klienta w relacjach z usługodawcami.

Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	zna podstawowe pojęcia i zagadnienia z zakresu usług i ich rolę we współczesnej gospodarce.	K_W02, K_U01
EKP_02	zna definicje rynku usług i formuły jego funkcjonowania.	K_W02, K_W03
EKP_03	zna i potrafi ustalić zasady działalności i wybranych rodzajów organizacji usługowych oraz współpracy usługodawców i usługobiorców.	K_W02, K_W03, K_U05, K_K02, K_K08, K_K07
EKP_04	rozumie rolę pozytywnych doświadczeń klientów w wyróżnianiu się podmiotów usługowych na rynku i stanowiących wartość dla klienta.	K_W05, K_U03
EKP_05	potrafi sformułować elementy procesu zarządzania doświadczeniem klienta w przedsiębiorstwach usługowych.	K_K02, K_K08, K_K07

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Podstawowe zagadnienia dotyczące usług - tradycyjne a współczesne koncepcje określania istoty usług, cechy usług, znaczenie usług w gospodarce.	2				EKP_01

Istota rynku usług - pojęcie i struktura podmiotowa rynku usług, czynniki warunkujące podaż usług, czynniki kształtujące popyt na usługi.	2				EKP_02
Indywidualni nabywcy usług - charakterystyka, hierarchia potrzeb, dochody a popyt.	2				EKP_02, EKP_03
Instytucjonalni nabywcy usług - charakterystyka, zasady współpracy z usługodawcami.	2				EKP_02, EKP_03
Rodzaje i działalność na rynku wybranych podmiotów komercyjnych oferujących usługi.	3				EKP_02, EKP_03
Rodzaje i działalność na rynku podmiotów niekomercyjnych oferujących usługi.	2				EKP_02, EKP_03
Istota i rola doświadczenia klienta w usługach oraz elementy wpływające na doświadczenie.	2				EKP_03, EKP_04
Aspekty psychologiczne jako składowe doświadczenia - emocje i inne stany.	1				EKP_03, EKP_04
Proces zarządzania doświadczeniem klienta - projektowanie, wdrażanie, wprowadzanie innowacji.	1				EKP_03, EKP_04, EKP_05
Efekty zarządzania doświadczeniem klienta w usługach - wyróżnianie się organizacji, zadowolenie i lojalność klienta.	1				EKP_03, EKP_04
Łącznie godzin	18				

Metody weryfikacji efektów kształcenia dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	X								
EKP_02	X								
EKP_03	X								X
EKP_04	X								
EKP_05	X								X

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Uzyskanie co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia z testu.
Uzyskanie co najmniej 75% punktów możliwych do zdobycia z zadań grupowych.
Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną: 50% T + 50% ZG (T - ocena z testu, ZG - ocena z zadań grupowych).
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	18			
Czytanie literatury	16			
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych				
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	20			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	4			
Łącznie godzin	60			
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	60			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	36		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	24		1	

Literatura podstawowa
Rosa G., Panasiuk A., Flejterski S., Perenc J. (red.), <i>Współczesna ekonomia usług</i> , Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005.
Rosa G. (red.), <i>Konsument na rynku usług</i> , Wyd. C.H. Beck, Warszawa 2015
Dąbrowska A., <i>Konsument na rynku usług w Polsce</i> , Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2013

Daszkowska M., *Usługi. Produkcja, rynek, marketing*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 1998.

Literatura uzupełniająca

Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J.W., *Marketing usług*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012

Mazur J., *Zarządzanie marketingiem usług*, Difin, Warszawa 2001

Rudawska I., *Usługi w gospodarce rynkowej*, PWE, Warszawa 2009

Osoba odpowiedzialna za przedmiot

Prof. dr hab. Barbara Marciszewska

KEU

Pozostałe osoby prowadzące przedmiot

Dr Grażyna Złotkowska

KEU