



**AKADEMIA MORSKA W GDYNI**  
**Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa**



**KARTA PRZEDMIOTU**

Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	<b>ZACHOWANIE KONSUMENTA I KOMUNIKACJA Z KLIENTEM</b> <b>CONSUMER BEHAVIOR AND COMMUNICATION WITH THE CUSTOMER</b>
		w jęz. angielskim	

Kierunek	<b>Innowacyjna gospodarka</b>
Specjalność	<b>Turystyka i Hotelarstwo</b>
Poziom kształcenia	<b>studia I stopnia</b>
Forma studiów	<b>stacjonarne</b>
Profil kształcenia	<b>ogólnoakademicki</b>
Status przedmiotu	<b>obowiązkowy</b>
Rygor	<b>zaliczenie</b>

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
IV	5	2	2			30	30		
<b>Razem w czasie studiów</b>									

**Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji**

Wymagana znajomość zagadnień z zakresu marketingu i komunikacji interpersonalnej

**Cele przedmiotu**

Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy o zachowaniu konsumenta i komunikacji z klientem oraz nabycie umiejętności wykorzystania tej wiedzy do kreowania innowacyjnych rozwiązań w przedsiębiorstwie

**Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)**

Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	Potrafi wyjaśnić istotę zachowania konsumenta wykorzystując podejście ekonomiczne, socjologiczne, psychologiczne oraz kulturowe.	K_W01, K_W02, K_W04, K_W05
EKP_02	Potrafi wyjaśnić istotę zachowania konsumenta po przez wskazanie wpływów ekonomicznych, społecznych, psychologicznych i kulturowych.	K_U01, K_K02, K_U06, K_K01, K_K02, K_K06,
EKP_03	Potrafi, kierując się etycznym podejściem, opracować implikacje marketingowe wykorzystując wiedzę o zachowaniu konsumenta	K_U01, K_K02, K_U06, K_K01, K_K02, K_K06
EKP_04	Zna nowoczesne formy komunikowania się z klientami w turystyce i hotelarstwie	K_W02; K_K06
EKP_05	Rozumie uwarunkowania skutecznej komunikacji z klientem w turystyce i hotelarstwie	K_W02; K_W05; K_U01; K_K01;
EKP_06	Potrafi skutecznie komunikować się z różnymi grupami klientów w turystyce i hotelarstwie- rozwiązuje problemy komunikacyjne i odpowiada na obiekcje klienta	K_W02; K_W05; K_U06; K_K02
EKP_07	Prezentuje w sposób komunikatywny ofertę przedsiębiorstw turystyczno – hotelarskich	K_W02, K_K02;

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Istota zachowania konsumenta Definicje zachowania konsumenta. Modelowe ujęcie zachowania konsumenta. Klasyfikacja modeli zachowania konsumenta. Przykłady modeli zachowania konsumenta i ich zastosowanie.	2	1			EKP_01
Cechy charakteryzujące konsumenta. Cechy kulturowe (kultura, subkultura, klasa społeczna). Cechy społeczne (grupy odniesienia, rodzina, rola i status społeczny). Cechy osobiste (płeć, wiek, osobowość, styl życia, dochody). Cechy psychologiczne (motywy, percepcja, postawy, uczenie się). Cechy a czynniki.	6	7			EKP_01, EKP_02
Proces decyzyjny konsumenta Rozpoznanie potrzeby. Źródła informacji. Ocena wariantów wyboru. Zakup. Zachowanie po zakupie. Zniekształcenia w procesie decyzyjnym.	4	4			EKP_01, EKP_02
Typy zachowań konsumenta. Kryteria wyznaczania typów zachowań. Zachowania kompleksowe. Zachowania redukujące dysonans. Zachowania impulsowe. Zachowania rutynowe. Lojalność wobec marki.	2	2			EKP_01, EKP_03
Zachowanie konsumenta w kontekście rynku usług turystyczno-hotelarskich	2	2			EKP_02, EKP_03
Komunikacja jako element profesjonalnej obsługi klienta firm turystyczno-hotelarskich.	2	1			EKP_04, EKP_05
Potrzeby klientów a sposoby komunikowania oferty przedsiębiorstw turystyczno-hotelarskich. Analiza wybranych przykładów	3	3			EKP_05, EKP_06, EKP_07
Techniki wpływu społecznego w działaniach komunikacyjnych. Pozyskiwanie i łamanie obiekcji klienta w turystyce i hotelarstwie.	3	4			EKP_05, EKP_06, EKP_07
Zdalna komunikacja z klientem w turystyce i hotelarstwie. Komunikacja telefoniczna i elektroniczna.	3	3			EKP_04, EKP_05, EKP_07
Niestandardowe formy komunikacji i ich oddziaływanie na klientów w turystyce i hotelarstwie . Wybrane przykłady.	2	2			EKP_04, EKP_05
Sytuacje nieprzewidziane a wymagania komunikacji z klientem. Przypadek branży hotelarskiej	2	2			EKP_05, EKP_06, EKP_07
<b>Łącznie godzin</b>					

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								
EKP_06	x						x		
EKP_07	x						x		

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie wykładów : test końcowy pisemny (T- 60% punktów możliwych do zdobycia). Zaliczenie ćwiczeń: zaliczona prezentacja (P- 60% punktów możliwych do zdobycia) Ocena końcowa jest średnią ważoną: 50% T + 50% P

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	30	30		

Czytanie literatury	10	10		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		20		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	10	10		
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania		5		
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2	2		
Udział w konsultacjach	4	4		
<b>Łącznie godzin</b>	<b>56</b>	<b>81</b>		
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>137</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>5</b>			
	<b>Liczba godzin</b>		<b>ECTS</b>	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	81		3	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	72		3	

#### **Literatura podstawowa**

Baker A., 2004, Doskonała umiejętność komunikacji, Wyd. Helion, Gliwice  
 Foxall G.R., Goldsmith R. E., 1998, Psychologia konsumenta dla menadżera marketingu, PWN, Warszawa  
 Martin W.B., 2006, Zarządzanie jakością obsługi w restauracjach i hotelach, Wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków  
 McKay M., M. Davis, Fanning P., 2001, Sztuka skutecznego komunikowania się, GWP, Gdańsk  
 Salomon M.R., 2006, Zachowania i zwyczaje konsumentów, Helion, Gliwice

#### **Literatura uzupełniająca**

Falkowski A., Tyszka T., 2001, Psychologia zachowań konsumenckich, GWP, Gdańsk  
 Górską-Warsewicz H., Świstak E., 2009, Funkcjonowanie przedsiębiorstwa hotelarskiego, Wyd. SGGW, Warszawa  
 Jak zapewnić znakomitą obsługę klientów, 2006, Wyd. Oficyna Ekonomiczna Kraków, Kraków .  
 Kachniewska M., 2002, Zarządzanie jakością usług turystycznych, Wyd. Difin, Warszawa.  
 Kachniewska M. 2002, Jak odnieść sukces w turystyce. Kultura jakości, Wyd. Eurosystem, Warszawa  
 Leland K., Bailey K., 1999, Obsługa klienta, Wyd. RM, Warszawa

#### **Osoba odpowiedzialna za przedmiot**

dr Edyta Spodarczyk	KEU
<b>Pozostałe osoby prowadzące przedmiot</b>	
dr Aleksandra Grobelna	KEU