



## KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	<b>ZACHOWANIE KONSUMENTA I KOMUNIKACJA Z KLIENTEM 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>niestacjonarne</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	4					18	18		
<b>Razem w czasie studiów</b>						<b>36</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 uczenia się dla przedmiotu (EKP)

Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	Potrafi wyjaśnić istotę zachowania konsumenta wykorzystując podejście ekonomiczne, socjologiczne, psychologiczne oraz kulturowe.	NK_W01, NK_W02, NK_W04, NK_W05
EKP_02	Potrafi wyjaśnić istotę zachowania konsumenta po przez wskazanie wpływów ekonomicznych, społecznych, psychologicznych i kulturowych.	NK_U01, NK_K02, NK_U06, NK_K01, NK_U14
EKP_03	Potrafi, kierując się etycznym podejściem, opracować implikacje marketingowe wykorzystując wiedzę o zachowaniu konsumenta	NK_U01, NK_K02, NK_U06, NK_K01, NK_U14
EKP_04	Zna nowoczesne formy komunikowania się z klientami w turystyce i hotelarstwie	NK_W02; NK_U14
EKP_05	Rozumie uwarunkowania skutecznej komunikacji z klientem w turystyce i hotelarstwie	NK_W02; NK_W05; NK_U01; NK_K01;
EKP_06	Potrafi skutecznie komunikować się z różnymi grupami klientów w turystyce i hotelarstwie- rozwiązuje problemy komunikacyjne i odpowiada na obiekcje klienta	NK_W02; NK_W05; NK_U06; NK_K02
EKP_07	Prezentuje w sposób komunikatywny ofertę przedsiębiorstw turystyczno – hotelarskich	NK_W02; NK_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.	1	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.	3	3			EKP_01, EKP_02
Proces decyzyjny konsumenta Rozpoznanie potrzeby. Źródła informacji. Ocena wariantów wyboru. Zakup. Zachowanie po zakupie. Zniekształcenia w procesie decyzyjnym.	2	2			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	1	1			EKP_02, EKP_03
Komunikacja jako element profesjonalnej obsługi klienta firm turystyczno-hotelarskich.	1	1			EKP_04, EKP_05
Potrzeby klientów a sposoby komunikowania oferty przedsiębiorstw turystyczno-hotelarskich. Analiza wybranych przykładów	2	2			EKP_05, EKP_06, EKP_07
Techniki wpływu społecznego w działaniach komunikacyjnych. Pozyskiwanie i łamanie obiekcji klienta w turystyce i hotelarstwie.	2	2			EKP_05, EKP_06, EKP_07
Zdalna komunikacja z klientem w turystyce i hotelarstwie. Komunikacja telefoniczna i elektroniczna.	2	2			EKP_04, EKP_05, EKP_07
Niestandardowe formy komunikacji i ich oddziaływanie na klientów w turystyce i hotelarstwie . Wybrane przykłady.	1	1			EKP_04, EKP_05
Sytuacje nieprzewidziane a wymagania komunikacji z klientem. Przypadek branży hotelarskiej	1	1			EKP_05, EKP_06, EKP_07
<b>Łącznie godzin</b>	<b>18</b>	<b>18</b>			

Metody weryfikacji efektów uczenia się 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									
EKP_05									
EKP_06							x		
EKP_07							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	18	18		
Czytanie literatury	15	10		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		20		

Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	15	15		
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania		5		
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2	2		
Udział w konsultacjach	6	6		
<b>Łącznie godzin</b>	<b>56</b>	<b>76</b>		
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>132</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>4</b>			
	<b>Liczba godzin</b>		<b>ECTS</b>	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	76		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	52		2	

<b>Literatura podstawowa</b>
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
<b>Literatura uzupełniająca</b>
Falkowski A., Tyszka T., 2001, Psychologia zachowań konsumenckich, GWP, Gdańsk Górska-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

<b>Osoba odpowiedzialna za przedmiot</b>	
dr Edyta Spodarczyk	KZiE
<b>Pozostałe osoby prowadzące przedmiot</b>	
dr Aleksandra Grobelna	KZiE
dr Marzena Wanagos	KZiE