



KARTA PRZEDMIOTU

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

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

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
IV	4	2	2			30	30		
Razem w czasie studiów						60			

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_K06
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.	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
Łącznie godzin	30	30			

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	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		
Łącznie godzin	56	81		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	137			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	4			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	81		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	72		2	

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	
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	

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
dr Edyta Spodarczyk	KZiE
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
dr Aleksandra Grobelna	KZiE
dr Marzena Wanagos	KZiE