

Karta przedmiotu - Zarządzanie satysfakcją klienta

Kierunek: Inżynieria jakości produktu

Wymagania wstępne

1. Znajomość podstaw zarządzania jakością.
2. Znajomość podstaw marketingu.

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie satysfakcją klienta	
Grupa przedmiotów	Przedmioty do wyboru sem. VI Przedmioty menadżerskie	
Język prowadzenia przedmiotu	polski	
Kod/Specjalność	ZJ-IJ-XX-X1-24/25Z-ZARSTY Brak	
Kategoria przedmiotu	do wyboru	
Profil studiów	Ogólnoakademicki	
Poziom PRK	Poziom 6 - I. stopień (studia inżynierskie)	
Rok studiów/semestr	3/6	
Forma zajęć/liczba godzin	stacjonarne:	Konwersatorium: 15
	niestacjonarne:	Konwersatorium: 9

Dyscypliny/punkty ECTS	Nauki o zarządzaniu i jakości:		2
	Inżynieria materiałowa:		0
	Językoznawstwo:		0
	Nauki chemiczne:		0
	Ekonomia i finanse:		0
	Informatyka:		0
	Nauki fizyczne:		0
	Matematyka:		0
	Nauki biologiczne:		0
	Inżynieria mechaniczna:		0
	Nauki o sztuce:		0
	Nauki prawne:		0
	Technologia żywności i żywienia:		0
	Inne dyscypliny:		0
	Nauki o kulturze i religii:		0
	Historia:		0
	Filozofia:		0
	Razem		2
Wykładowca odpowiedzialny za przedmiot	Giemza Mariusz, dr inż. (Katedra Zarządzania Jakością)		
Cele przedmiotu	Kod	Opis	
	C1	Znajomość istoty i rangi podstawowych zasad, reguł badania satysfakcji klienta oraz modeli powstawania satysfakcji klienta.	
	C2	Opanowanie umiejętności stosowania metod badania satysfakcji klienta.	
	C3	Promowanie postaw w zakresie konieczności uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności.	

Realizowane efekty uczenia się	Kod	Kat.	Opis	Kierunkowe efekty uczenia się	
	E1	W	Student zna i rozumie znaczenie klienta dla przedsiębiorstwa działającego na konkurencyjnym rynku. Student zna modele determinujące satysfakcję i rozumie konieczność badania satysfakcji klienta. Zna i rozumie modele opisujące powstawanie satysfakcji klienta. Zna podstawowe metody badania satysfakcji klienta.	ZJ-ST1-IJ-W02-24/25Z	
	E2	U	Student potrafi zastosować właściwą metodę badania satysfakcji i interpretować uzyskane wyniki. Student potrafi logicznie formułować wnioski oraz prezentować efekty swojej pracy, korzystając z posiadanej wiedzy i na podstawie uzyskanych wyników badań satysfakcji klienta.	ZJ-ST1-IJ-U02-24/25Z	
	E3	K	Student jest gotów współpracować w zespole. Jest świadom pełnienia obowiązków i powinności wynikających z powierzonych mu zadań związanych z satysfakcją klienta i doskonaleniem przedsiębiorstwa logistycznego. Student przestrzega reguł etycznych, ekonomicznych, prawnych i społecznych w swoim postępowaniu.	ZJ-ST1-IJ-K03-24/25Z	
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Referat, Test wyboru.				
Treści przedmiotu	Konwersatorium				
Metody i formy prowadzenia zajęć	Prezentacja, Wykład audytoryjny.				
Nakład pracy studenta (liczba godzin kontaktowych, pracy on-line i pracy samodzielnej) UWAGA: Dokładne rozpisanie pracy własnej studenta znajduje się na końcu karty	Rodzaj aktywności			Liczba godzin	
				stacjonarne	niestacjonarne
	Udział w zajęciach dydaktycznych			15	9
	Udział w konsultacjach			0	0
	Udział w kolokwiach/egzaminie			0	0
	Praca własna studenta			35	41
	E-learning			0	0
	Inne (kontaktowe)			0	0
	Inne (bezkontaktowe)			0	0
	Suma godzin			50	50
Liczba punktów ECTS			2	2	

Macierz realizacji przedmiotu	Efekt uczenia się	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści przedmiotu	Metody/narzędzia dydaktyczne	Sposoby weryfikacji efektu
	E1	ZJ-ST1-IJ-W02-24/25Z	C1 C2	W1 W2 W3 W4 W5 W6	N1 N3	F7 F11
	E2	ZJ-ST1-IJ-U02-24/25Z	C1 C3	W2 W4 W5 W6 W1	N1 N3	F7 F11
	E3	ZJ-ST1-IJ-K03-24/25Z	C2 C3 C1	W2 W4 W5 W6 W1	N1 N3	F7 F11

Literatura podstawowa	Lp. Opis pozycji	
	1	Pomiar satysfakcji i lojalności klientów / Nigel Hill, Jim Alexander ; przeł. Alina Klin. - Kraków : Oficyna Ekonomiczna, 2003.
	2	Satysfakcja klienta : strategia - pomiar - zarządzanie : koncepcja wewnętrznego urynkowania współczesnej organizacji / Lech Nieżurawski, Bożena Pawłowska, Justyna Witkowska. - Toruń : Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, 2010.
	3	Satysfakcja zawodowa pracowników we współczesnej organizacji : konsekwencje dla zarządzania kapitałem ludzkim / Agata Borowska-Pietrzak. - Gdańsk : Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, 2023.

Literatura uzupełniająca	Lp. Opis pozycji	
	1	Nigel Hill, Jim Alexander. The Handbook of Customer Satisfaction and Loyalty Measurement. A Gower Book, New York 2017.
	2	Giemza M., Satysfakcja klienta w polskich organizacjach w świetle badań ankietowych. Problemy Jakości. 2007, 1.
	3	Kaczmarczyk S.: Zastosowania badań marketingowych. PWE, Warszawa 2006.
	4	Kotler P., Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. Felberg SJA , Warszawa 1999.
	5	Stamatis D., Quality assurance: applying methodologies for launching new products, services, and customer satisfaction. Taylor & Francis, Londyn 2016.
	6	Szwarc P., Researching customer satisfaction & loyalty: how to find out what people really think. Sterling: Kogan Page, London 2005.

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu	Sposób obliczania średniej z ocen bieżących (zgodnie z §28 pkt. 4 Regulaminu studiów)	
	nie określono	
	Sposób obliczania oceny końcowej (zgodnie z §28 pkt. 5 Regulaminu studiów)	
	Ocena z testu wyboru.	
	Dodatkowe informacje o sposobie obliczania oceny końcowej lub egzaminie	
	brak	
Osoby prowadzące przedmiot	Lp.	Nauczyciel
	I	Giemza Mariusz, dr inż. (Katedra Zarządzania Jakością)
Informacje dodatkowe	Ocena końcowa może zostać podniesiona o I stopień w przypadku napisania referatu na wskazany temat.	

Status karty: **ZAAKCEPTOWANY** przez: Miśniakiewicz Małgorzata, dr inż.