

Rok akademicki:	Grupa przedmiotów	Numer katalogowy:			ZAJ403
Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Badanie satysfakcji klienta w praktyce			ECTS ²⁾	3
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :	Measuring consumers satisfaction in practice				
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Zarządzanie				
Koordynator przedmiotu ⁵⁾ :	dr inż. Agata Balińska				
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	Dr inż. Agata Balińska				
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych, Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa, Zakład Turystyki i Rozwoju Wsi				
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych				
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok	d) forma studiów	
	podstawowy	2	2	stacjonarne / niestacjonarne	
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	a) semestr		b) Jęz. wykładowy ¹¹⁾		
	4		polski		
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	<p>Celem przedmiotu jest:</p> <p>Celem przedmiotu jest: zapoznanie studentów z metodami pomiaru satysfakcji klientów, nauczanie się zasad planowania i realizacji badań.</p>				
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) forma dydaktyczna		b) liczba godzin (stacjonarne i niestacjonarne)		
	a1) wykład		10	6	
	a2) ćwiczenia audytoryjne		20	12	
	a3) ćwiczenia laboratoryjne				
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	dyskusja		eksperyment		
	projekt badawczy	T	studium przypadku		
	rozwiązywanie problemu	T	gry symulacyjne		
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych	T	indywidualne projekty studenckie		
	konsultacje		konwersatorium		
	metoda podająca (wykład) z elementami pogadanki z wykorzystaniem pomocy w postaci prezentacji multimedialnych.	T	inne ...		
	inne...		inne ...		
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	<p>A. wykłady</p> <p>Klient na rynku - przesłanki badań satysfakcji klientów. Satysfakcja a lojalność klienta. Modele lojalności i satysfakcji klienta. Strategie badawcze. Metody badania satysfakcji klienta (ankiety, badania fokusowe, tajemniczy klient, metoda servqual, metoda zdarzeń krytycznych) - kryteria i zasady ich wyboru. Etyka badacza w odniesieniu do poszczególnych metod zbierania i interpretacji materiałów empirycznych.</p> <p>B. ćwiczenia</p> <p>Zajęcia warsztatowe (praca w zespołach) w zakresie wykorzystania metod pomiaru satysfakcji klienta: metoda "tajemniczy klient", servqual, metoda zdarzeń krytycznych. Omówienie wyników eksperymentu z badań.</p>				
Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :					
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :					

Efekty kształcenia ¹⁸⁾ : (z kolejnymi numerami, 01, 02, 03 itd.)	01 - Ma wiedzę z zakresu najważniejszych metod badania satysfakcji klienta		05 -	
	02 -Ma wiedzę nt. znaczenia badań satysfakcji klienta w procesie zarządzania jakością		06 -	
	03 - Potrafi dokonywać oceny poziomu jakości usług		07 -	
	04 - Potrafi konstruować wybrane narzędzia badawcze		08 -	
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych	01, 02	ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	03
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć	03,04	przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć		obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	ocena zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	04	inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	okresowe prace pisemne		imiennie karty oceny studenta	
	złożone projekty	T	treść pytań egzaminacyjnych z oceną	
	ocena wystąpień w trakcie zajęć	T	inne..	
	Treść pytań zaliczeniowych	T	inne..	
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową ²¹⁾ :	Element oceny	Waga w %	Element oceny	Waga w %
	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych	40%	ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	40%
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć	20%	przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć		obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test	
	egzamin ustny		inne..	
	inne...		inne..	
Miejsce realizacji zajęć ²²⁾ :	sala dydaktyczna			
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :				
1. Skowron Ł., Skoron S. 2012. Lojalność klienta a rozwój organizacji. Difin, Warszawa 2. Wawak S. 2002. Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka. Wyd. Helion, Gliwice 3. Karaszewski R. 2006. Nowoczesne koncepcje Zarządzania jakością. Dom Organizatora, Toruń 4. Hamrol A., Mantura W. 2005. Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 5. Dembińska-Cyran I., Hołub-Iwan J., Perenc J. 2004. Zarządzanie relacjami z klientami. Difin, Warszawa 6. Konarzewska-Gubała E. (red.) 2003. Zarządzanie przez jakość. Koncepcje, metody, studia przypadków. Wyd. Akademia Ekonomiczna Wrocław 7. Flick U., Tomanek P. 2011. Projektowanie badania jakościowego. PWN Warszawa 8. „Problemy jakości” – miesięcznik Federacji Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych NOT (FSNT NOT).				

UWAGI ²⁴⁾ :	
------------------------	--