

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: ***Psychologia klienta***

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim:

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych

Przedmiot dla jednostki: Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych

Cykl dydaktyczny: Semestr letni

Koordinator przedmiotu cyklu: dr Urszula Widelska

Domyślny tryb protokołu dla przedmiotu:
Zaliczenie z oceną ¹
Skrócony opis:
Przedmiot obejmuje zagadnienia z zakresu psychologii klienta, procesu nabywczego oraz uwarunkowań zachowań konsumenckich. W jego ramach prezentowana jest wiedza z zakresu technik sprzedaży, problemów lojalności klienta oraz kreatywnej sprzedaży. Znajomość psychologii klienta jest wiedzą niezbędną w procesie obsługi klienta, budowaniu trwałych relacji z klientem oraz skutecznej komunikacji z rynkami docelowymi.
Opis:
Celem przedmiotu jest: W_1 – przekazania pogłębionej wiedzy w zakresie procesu nabywczego konsumenta W_2 – przekazanie pogłębionej wiedzy w zakresie typologii klientów W_3 – przekazanie pogłębionej wiedzy na temat technik oddziaływania na klientów W_4 – przekazanie pogłębionej wiedzy na temat uwarunkowań budowania lojalności klienta U_4 – rozwijanie umiejętności dostosowania narzędzi obsługi klienta do jego profilu psychologicznego K_1 – wykorzystanie wiedzy praktycznej z zakresu psychologii w procesie budowania trwałych relacji z rynkami docelowymi w praktyce biznesowej
Literatura:
Literatura obowiązkowa: K. Froń, Psychologia sprzedaży telefonicznej, Złote Myśli&Karol Froń, Gliwice, 2016 (baza Ibuk Libra, dostęp za pomocą kod PIN) G. Rosa, J. Perenc, Zachowania nabywców, Wydawnictwo naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin, 2011 (baza Ibuk Libra, dostęp za pomocą kod PIN) Literatura uzupełniająca: F. Karzełek, Sprzedawca Naturalny, Złote Myśli, Gliwice, 2019 (baza Ibuk Libra, dostęp za pomocą kod PIN) J. Batorski, Jak oczarować klienta, Złote Myśli, Gliwice, 2008 W_(baza Ibuk Libra, dostęp za pomocą kod PIN)
Efekty uczenia się:
W_1 – student zna typy zachowań nabywczych (K_W05, K_W07, K_W09) W_2 – student rozpoznaje rodzaje klientów i rozumie przesłanki ich zachowań (K_W05, K_W07, K_W09) W_3 – student zna czynniki determinujące lojalność klienta oraz poziom jego satysfakcji (K_W05, K_W07, K_W09) U_1 – student potrafi dostosować techniki sprzedaży do profilu nabywczego klienta (K_U01, K_U04, K_U05) U_2 – student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do rozwiązywania problemów wynikających z obsługi, utrzymywania i pozyskiwania klientów w przedsiębiorstwie (K_K01, K_K02, K_K04)
Metody i kryteria oceniania:
Zaliczenie na platformie Moodle, składające się z 2 części: testowej, oraz zadania problemowego. Każdą z części student musi zaliczyć na przynajmniej 55%)
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się:
Zaliczenie (test, zadanie problemowe) na platformie Moodle (K_W05, K_W07, K_W09, K_U01, K_U04, K_U05 K_K01, K_K02, K_K04)
Wskaźniki ilościowe:
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela - udział w ćwiczeniach – 15 godz. - udział w zaliczeniu (z uwzględnieniem podejścia w sesji poprawkowej) - 4 godz. Razem liczba godz.: 19; punkty ECTS: 0,76

¹ Właściwe zostawić.

Liczba godz. niewymagających bezpośredniego udziału nauczyciela:

- przygotowanie do wykładu – 15 godz.

- przygotowanie do zaliczenia na platformie Moodle – 10 godz.

Razem liczba godz. 25; punkty ECTS 1

Łącznie: liczba godzin 44

Punkty ECTS za przedmiot: 1,76 – rzeczywisty nakład pracy studenta został w programie studiów zaokrąglony zgodnie z zasadą matematyczną i wynosi 2

Uwagi:

Szczegóły zajęć i grup

Wykład (15²)

Zakres tematów zajęć:

1. Powody, dla których klienci kupują.
2. Typy osobowościowe klientów.
3. Psychologia opakowania.
4. Psychologia marki.
5. Uwarunkowania lojalności klientów.
6. Determinanty zachowań klientów i proces podejmowania decyzji zakupu.
7. Techniki sprzedaży.
8. Percepcja klienta.
9. Obsługa niezadowolonego klienta.

Metody dydaktyczne:

Wykład z elementami moderowanej dyskusji, prezentacja multimedialna, case studies.

Dane grup zajęciowych

Grupa numer 1

Prowadzący grupy:

dr Urszula Widelska ²

Punkty przedmiotu w cyklach:

Typ punktów	Liczba
ECTS	2

² Dane nauczyciela akademickiego prowadzącego ćwiczenia.