



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	CUSTOMER EXPERIENCE IN SERVICES, PG_00071736						
Kierunek studiów	Zarządzanie (studia w jęz. angielskim)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2028/2029		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	3	Język wykładowy			angielski		
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS			5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Natalia Przybylska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	0.0	0.0	0.0	60
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	60		3.0		62.0	125
Cel przedmiotu	Przygotowanie studentów do analizowania, projektowania i doskonalenia doświadczeń klienta w usługach na bazie wiedzy z zakresu zarządzania doświadczeniem klienta, ścieżki klienta, jakości obsługi, satysfakcji i lojalności klientów, personalizacji usług, zarządzania relacjami z klientami oraz wykorzystania technologii cyfrowych, a także kształtowanie postaw związanych z orientacją na klienta, odpowiedzialnością, współpracą i refleksyjnym podejmowaniem decyzji w kontekście budowania przewagi konkurencyjnej organizacji usługowych.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_U05] potrafi projektować innowacyjne rozwiązania złożonych procesów zarządzania, wykorzystując adekwatne metody i techniki.		Potrafi projektować innowacyjne rozwiązania w zarządzaniu doświadczeniem klienta w usługach, stosując metody analizy ścieżki klienta, pomiaru satysfakcji i doskonalenia jakości obsługi.		[SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi		
	[K6_W03] zna wiarygodne źródła informacji i wykorzystuje zaawansowaną wiedzę do wyjaśniania współczesnych problemów zarządzania.		Zna i rozumie wiarygodne źródła informacji dotyczące zachowań, potrzeb i satysfakcji klientów oraz wykorzystuje wiedzę z zakresu zarządzania doświadczeniem klienta do wyjaśniania problemów jakości obsługi w usługach.		[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym		
	[K6_K01] jest gotów pełnić role zawodowe w sposób odpowiedzialny, uwzględniając w procesach decyzyjnych kwestie prawne, etyczne i kulturowe.		Jest gotów odpowiedzialnie podejmować decyzje dotyczące zarządzania doświadczeniem klienta w usługach, uwzględniając kwestie prawne, etyczne i kulturowe w relacjach z klientami.		[SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce		

Treści przedmiotu	<p>Treści przedmiotu - wykład</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do zarządzania doświadczeniem klienta w usługach.</li> <li>2. Doświadczenie klienta jako źródło przewagi konkurencyjnej organizacji usługowych.</li> <li>3. Typy i klasyfikacja usług oraz ich znaczenie dla projektowania doświadczeń klienta.</li> <li>4. Potrzeby, oczekiwania i emocje klientów w kontaktach usługowych.</li> <li>5. Analiza i mapowanie ścieżki klienta w procesach usługowych.</li> <li>6. Punkty styku i momenty prawdy w projektowaniu doświadczeń klienta.</li> <li>7. Jakość usług oraz jej wpływ na satysfakcję i lojalność klientów.</li> <li>8. Metody pomiaru satysfakcji, lojalności i doświadczeń klientów.</li> <li>9. Projektowanie usług zorientowanych na klienta i doskonalenie procesów usługowych.</li> <li>10. Service blueprinting jako narzędzie analizy i przeprojektowania doświadczenia klienta.</li> <li>11. Personalizacja i kastomizacja usług w zarządzaniu doświadczeniem klienta.</li> <li>12. Technologie cyfrowe w kształtowaniu doświadczeń klientów.</li> <li>13. Narzędzia zarządzania relacjami z klientami w organizacjach usługowych.</li> <li>14. Etyczne, prawne i kulturowe aspekty zarządzania doświadczeniem klienta.</li> <li>15. Doskonalenie doświadczenia klienta na podstawie informacji zwrotnej, reklamacji i działań naprawczych.</li> </ol> <p>Treści przedmiotu - ćwiczenia</p> <p>Ćwiczenia obejmują przygotowanie i omówienie grupowych prezentacji dotyczących zarządzania doświadczeniem klienta w wybranych przedsiębiorstwach z różnych branż usługowych. Każda grupa analizuje inną branżę i wybrane przedsiębiorstwo, uwzględniając charakterystykę branży, typ usługi, profil klientów, ścieżkę klienta, punkty styku, jakość obsługi, satysfakcję i lojalność klientów, wybrane elementy koncepcji 7P wpływające na doświadczenie klienta, wyzwania w dostarczaniu usług oraz możliwe innowacje i rekomendacje doskonalące customer experience. Zajęcia kończą się dyskusją grupową nad wnioskami z przedstawionej analizy.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Marketing		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Pennington, A. (2016). <i>The Customer Experience Manual: How to design, measure and improve customer experience in your business</i>. Pearson UK.</p> <p>Klaus, P. (2014). <i>Measuring customer experience: How to develop and execute the most profitable customer experience strategies</i>. Springer.</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>Bueno, E. V., Weber, T. B. B., Bomfim, E. L., &amp; Kato, H. T. (2019). Measuring customer experience in service: A systematic review. <i>The Service Industries Journal</i>, 39(11-12), 779-798.</p> <p>Jain, R., Aagja, J., &amp; Bagdare, S. (2017). Customer experience review and research agenda. <i>Journal of service theory and practice</i>, 27(3), 642-662.</p> <p>Teixeira, J., Patrício, L., Nunes, N. J., Nóbrega, L., Fisk, R. P., &amp; Constantine, L. (2012). Customer experience modeling: from customer experience to service design. <i>Journal of Service management</i>, 23(3), 362-376.</p>	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Wyjaśnij rolę empatii w jakości usług i podaj przykłady jej wpływu na satysfakcję klienta.</p> <p>Opisz rolę technologii w dynamicznym ustalaniu cen oraz jej wpływ na satysfakcję klienta i wyniki biznesowe.</p> <p>Przeanalizuj wyzwania związane z zapewnieniem spójności marki w wielokanałowym środowisku usługowym oraz zaproponuj strategię radzenia sobie z tymi wyzwaniami.</p>		
Zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		