

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Customer Experience Design, PG_00155431                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2024 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2024/2025                                            |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                           |                       |       |
| Rok studiów                              | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                           | Język wykładowy                      |                        | angielski                                            |                       |       |
| Semestr studiów                          | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 4.0                                                  |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | egzamin                                              |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           | dr hab. Anna Dziadkiewicz            |                        |                                                      |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                              | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 15.0                                                      | 15.0                                 | 0.0                    | 0.0                                                  | 0.0                   | 30    |
|                                          | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 30                                                        |                                      | 21.0                   |                                                      | 49.0                  | 100   |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności niezbędne do projektowania, wdrażania i zarządzania procesami związanymi z kreowaniem wyjątkowych doświadczeń klientów (Customer Experience, CX). Studenci nauczą się identyfikować kluczowe czynniki wpływające na satysfakcję i lojalność klientów, zrozumieją, jak przeprowadzać badania potrzeb oraz preferencji klientów, a także poznają narzędzia i metody, które pozwolą im efektywnie kształtować interakcje na każdym etapie ścieżki klienta. |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                      |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [ZARZMU2_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki. Potrafi inspirować innych do nauki.                                                                                            | Student rozumie znaczenie ciągłego rozwijania wiedzy oraz umiejętności w obszarze projektowania doświadczeń klienta. Jest świadomy potrzeby integracji wiedzy z różnych dziedzin, takich jak zarządzanie, psychologia, marketing czy technologia, w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań CX.                                                                                                                                          | [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta                                            |
|                               | [ZARZMU2_W04] Ma rozszerzoną wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa, jego czynników i zachodzących w tym obszarze zmian, a także na temat relacji, znaczenia i wpływu otoczenia i interesariuszy na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Posiada szeroką wiedzę w zakresie narzędzi diagnozowania makro- i mikrootoczenia. | Student posiada wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa z perspektywy Customer Experience, rozumie kluczowe czynniki wpływające na projektowanie i zarządzanie doświadczeniami klientów oraz zachodzące w tym obszarze zmiany. Jest świadomy relacji pomiędzy przedsiębiorstwem, a jego interesariuszami oraz rozumie, jak otoczenie przedsiębiorstwa i jego interesariusze wpływają na kształtowanie strategii Customer Experience. | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport                   |
|                               | [ZARZMU2_U02] Potrafi w pogłębiony sposób posługiwać się aktami prawnymi, regulującymi sferę organizacji formalno-prawnej zakładania i funkcjonowania przedsiębiorstw w Polsce.                                                                                                                                            | Student potrafi w pogłębiony sposób posługiwać się aktami prawnymi regulującymi sferę ochrony danych osobowych, praw konsumenta oraz innych przepisów związanych z kształtowaniem Customer Experience.                                                                                                                                                                                                                                  | [SU5] realizacja zadania problemowego                                                                  |
|                               | [ZARZMU2_K04] Ma świadomość konieczności rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu i wypełnianiem zobowiązań społecznych. Prawidłowo je identyfikuje.                                                                                                                                                       | Student ma świadomość konieczności rozstrzygania dylematów etycznych i społecznych związanych z projektowaniem doświadczeń klienta oraz zarządzaniem relacjami z klientami. Potrafi prawidłowo identyfikować te dylematy, uwzględniając wpływ podejmowanych decyzji na satysfakcję klientów, reputację firmy oraz długoterminowe zobowiązania społeczne organizacji.                                                                    | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                               | [ZARZMU2_U07] Potrafi wyszukiwać szczegółowe informacje w procesie podejmowania racjonalnych i złożonych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach.                                                                                                                                           | Student potrafi wyszukiwać informacje oraz analizować dane dotyczące preferencji i zachowań klientów w celu podejmowania racjonalnych i złożonych decyzji operacyjnych i strategicznych, które optymalizują doświadczenie klienta.                                                                                                                                                                                                      | [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU5] realizacja zadania problemowego                     |
|                               | [ZARZMU2_W02] Dysponuje poszerzoną wiedzą na temat relacji zachodzących pomiędzy dyscyplinami nauk społecznych, mających kluczowe znaczenie dla zrozumienia istoty procesów gospodarczych.                                                                                                                                 | Student dysponuje poszerzoną wiedzą na temat relacji zachodzących pomiędzy różnymi obszarami zarządzania, marketingu oraz psychologii, które mają kluczowe znaczenie dla zrozumienia i projektowania procesów kształtujących doświadczenia klientów (Customer Experience).                                                                                                                                                              | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                       |

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                         |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Treści przedmiotu                                                 | <div>1. Wprowadzenie do Customer Experience (CX)</div> <div>2. Projektowanie doświadczeń klienta. Rola Design Thinking w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań CX.</div> <div>3. Personalizacja i segmentacja doświadczeń klienta.</div> <div>4. Praktyczne ćwiczenia z projektowania doświadczeń klienta.</div> <div>5. Strategia Customer Experience</div> <div>6. Kanwa Modelu biznesowego</div> <div>7. Analiza studiów przypadku</div>     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                         |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     | Student powinien mieć solidne podstawy w zarządzaniu, szczególnie w obszarach takich jak marketing, zarządzanie zasobami ludzkimi i strategia biznesowa. Znajomość pojęć takich jak segmentacja rynku, pozycjonowanie, badania rynkowe, oraz marketing mix będzie pomocna. Dodatkowo umiejętność analizy danych oraz podstawowa wiedza z zakresu statystyki i metod badawczych, mogą posłużyć do analizy satysfakcji klienta i badań rynku. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się     | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Składowa oceny końcowej |
|                                                                   | projekt zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 40.0%                   |
|                                                                   | obecność na zajęciach                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 80.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 20.0%                   |
|                                                                   | prace pisemne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 40.0%                   |
| Zalecana lista lektur                                             | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <div>Schwartz, E. (2017). <i>Exploring experience design: Learn how to unify customer experience, user experience and more to shape lasting customer engagement in a world of rapid change</i>. Birmingham: Packt Publishing.</div> <div>Reason, B., Løvlie, L., &amp; Brand Flu, M. (2015). <i>Service design for business: A practical guide to optimizing the customer experience</i>. Wiley.</div> <div>Obie książki są dostępne w bibliotece UG w wolnym dostępie.</div> |                         |
|                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Materiały rekomendowane przez wykładowcę podczas zajęć.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                         |
|                                                                   | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Adresy na platformie eNauczanie:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                         |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.