



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Badania wymagań i satysfakcji klientów

Przedmiot

Kierunek studiów

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

Studia w zakresie (specjalność)

Zarządzanie jakością

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

2/4

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

10

Ćwiczenia

Laboratoria

10

Projekty/seminaria

Inne (np. online)

Liczba punktów ECTS

2

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr hab. inż. Beata Starzyńska

email: beata.starzynska@put.poznan.pl

tel. 61 665 27 41

Wydział Inżynierii Mechanicznej

ul. Piotrowo 3, 60-965 Poznań

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

Wymagania wstępne

Wiedza z zakresu podstaw zarządzania przedsiębiorstwem (w tym: podstaw marketingu), koncepcji zarządzania jakością oraz podstawowa znajomość technik menedżerskich.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest poznanie przez studentów metod rozpoznania potrzeb i oczekiwań klientów oraz sposobów ich tłumaczenia (transformacji) na charakterystyki wyrobu (idea produktu), a także metod oraz narzędzi badania satysfakcji klienta, nabycie umiejętności ich doboru oraz stosowania, a także uświadomienie znaczenia uzyskanej w ten sposób informacji z rynku dla doskonalenia i rozwoju przedsiębiorstwa.



Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

Student posiada wiedzę z zakresu metod badania potrzeb i oczekiwań klientów (wybrane aspekty badań marketingowych), metod projektowania dla jakości oraz metod innowacyjnego projektowania wyrobów w oparciu o głębokie zrozumienie problemów oraz oczekiwań klientów.

Student posiada wiedzę z zakresu metod oraz narzędzi badania satysfakcji klienta przedsiębiorstwa oraz pozostałych interesariuszy przedsiębiorstwa.

Umiejętności

Student potrafi dobierać oraz stosować w praktyce metody badań potrzeb klientów, metody transformacji potrzeb klientów na charakterystyki wyrobu w powiązaniu z metodami kreowania innowacyjnych rozwiązań.

Student potrafi dobierać oraz stosować w praktyce metody oraz narzędzia badania zadowolenia klienta oraz zastosować tak pozyskaną wiedzę do sterowania jakością w przedsiębiorstwie.

Kompetencje społeczne

Student rozumie potrzebę dogłębnego zrozumienia potrzeb klienta w kontekście całego PLC.

Student rozumie potrzebę pozyskiwania informacji zwrotnych od klienta jako wartościowego zasobu wiedzy przedsiębiorstwa.

Student jest świadomy roli i znaczenia kategorii jakości w działalności inżynierskiej.

Student aktywnie uczestniczy w działaniach projakościowych, innowacyjnych oraz zespołowych.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Część wykładowa: na podstawie kolokwium zaliczeniowego (jednorazowo).

Część projektowa: na podstawie wyniku pracy (opracowanego projektu).

Treści programowe

Wykłady:

Istota oraz konieczność zrozumienia klienta - jego potrzeby, oczekiwania oraz wymagania w kontekście kategorii jakości wyrobów, osiągnięć nauk społecznych, ekonomicznych oraz w ujęciu normatywnym (np. model Kano); idea produktu (koncepcja) jako kompromis pomiędzy klientem a producentem. Marketingowe metody badań potrzeb i oczekiwań klientów. Metody projektowania dla jakości -



tłumaczenia (transformacji) potrzeb i oczekiwań na charakterystyki wyrobu (QFD, VoC, macierz wymagań, Critical to Quality Product Features, Kansei, inne).

Istota oraz konieczność pozyskiwania informacji z otoczenia przedsiębiorstwa. Klienci Firmy. Ich potrzeby, oczekiwania, wymagania wobec produktów, specyfika świadczenia usług. Modele zarządzania jakością w kontekście satysfakcji klientów Firmy. Metody pomiaru satysfakcji klienta (CSI, metoda Sevqual, inne). Narzędzia pomiaru potencjału doskonalenia w organizacji (indeks PGCV i inne). Znaczenie informacji pozyskiwanej z rynku jako element zamykania pętli informacyjnej w sterowaniu oraz zapewnianiu jakości w przedsiębiorstwie.

Metody dydaktyczne

Wykład: forma konwencjonalnych wykładów w połączeniu z aktywną dyskusją studentów.

Projekt: realizacja zadań zgodnie z przebiegiem wybranej metody badań.

Literatura

Podstawowa

1. Kelley T., Kelley D., Creative Confidence, Harper Collins Publishers 2015
2. Cochran C., Customer satisfaction: tools, techniques and formulas for success, Paton Professional, Chico California, 2011
3. Hill N., Brierley J., MacDougall R., How to measure customer satisfaction, Routledge Taylor & Francis Group, London and New York, 2017

Uzupełniająca

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	50	2,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	20	1,0
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć warsztatowych, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu) ¹	30	1,0

¹niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności