

**Zajęcia fakultatywne: 3 ECTS, konwersatorium, 30 h, 2022/2023**

1	Nazwa zajęć po polsku i angielsku	Zarządzanie relacjami z klientem, Customer relationship management
2	Imię i nazwisko wykładowcy, tytuł/stopień naukowy	Elżbieta Szul, doktor
3	Język wykładowy	polski
4	Strona WWW	Brak
5	Semestr	Letni
6	Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS	Godziny kontaktowe (z udziałem nauczyciela akademickiego) Konwersatorium 30 h, 1 ECTS Konsultacje i zaliczenie 3h Łączna liczba godzin z udziałem nauczyciela akademickiego 33h Liczba punktów ECTS z udziałem nauczyciela akademickiego 1,9 Godziny niekontaktowe (praca własna studenta) Studiowanie literatury 27h Przygotowanie się do zaliczenia 30h Łączna liczba godzin niekontaktowych 57h Liczba punktów ECTS za godziny niekontaktowe 1,1  Sumaryczna liczba punktów ECTS 3
7	Wymagania wstępne	brak
8	Opis zajęć	Przedmiotem konwersatorium są zagadnienia dotyczące kształtowania i utrzymywania relacji z klientem, modele i koncepcje budowania relacji z klientem, nowe typy związków klienta z firmą, rozwiązywanie trudnych sytuacji z klientem, zarządzanie wiedzą, emocjami oraz doświadczeniem klienta, a także budowanie satysfakcji i lojalności klientów
9	Zakres tematów	1) Pojęcie i koncepcje zarządzania relacjami (CRM -Customer Relationship Management) 2) Elementy, zasady i modele CRM 3) Typologia klientów, 4) Strategie kształtowania relacji z klientem 5) Etapy kształtowania relacji z klientem 6) Rozmowa z klientem - zasady i elementy MAGIC 7) Zasady sprzedaży 8) Zarządzanie wiedzą klienta (customer knowledge management) 9) Satysfakcja klienta i jej pomiar 10) Lojalność klienta 11) Zarządzanie emocjami w relacjach z klientem 12) Mapa empatii klienta 13) Zarządzanie doświadczeniem klienta (Customer Experience, customer journey map) 14) Trudne sytuacje z klientem, zastrzeżenia klienta 15) Studia przypadków - analiza,

10	Literatura (z podziałem na obowiązkową i uzupełniającą)	<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Otto Jacek: Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie. Warszawa: Wyd. C.H. Beck 2004.</li> <li>2. Dejnaka Agnieszka: CRM. Zarządzanie kontaktami z klientami: Wyd. Helion 2002</li> <li>3. Kenzelmann Peter: Kształtowanie dobrych relacji z klientami: Warszawa: Wyd. BC Edukacja 2008</li> </ol> <p>Literatura uzupełniająca</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Mazurek; Łopacińska Krystyna: Orientacja na klienta w przedsiębiorstwie. Warszawa: PWE 2002</li> <li>5. Dembińska-Cyran Izabela, Hałub-Iwan Joanna, Zarządzanie relacjami z klientem. Warszawa: Difin 2004.</li> <li>6. Banasik Anna, Beliczyński Jan: Zarządzanie relacjami z klientem. Aplikacje systemu CRM. Kraków :Wyd. Akademii Ekonomicznej 2003.</li> </ol>
11	<p>Efekty uczenia się z przyporządkowaniem do efektów uczenia się kierunkowych</p> <p>(w przypadku zajęć dedykowanych kreatywności społecznej efekty zajęć należy przyporządkować do efektów kierunkowych kreatywności; w przypadku zajęć niededykowanych, efekty zajęć powinny być przyporządkowane do efektów kierunkowych również innych kierunków)</p>	<p>Wiedza:</p> <p>W1, zna i rozumie uwarunkowania zachowań konsumentów i budowania relacji z klientem KW05 KW10</p> <p>W2, zna i rozumie metody i narzędzia kształtowania relacji z klientem KW05 KW10</p> <p>W3, zna i rozumie koncepcje, elementy i modele kształtowania relacji z klientem KW05</p> <p>Umiejętności:</p> <p>U1, potrafi zaplanować i zorganizować pracę nad przygotowaniem rozmowy z klientem KU07</p> <p>U2, potrafi pracować w zespole nad przygotowaniem rozwiązań dla klientów, KU08</p> <p>U3, potrafi analizować i odpowiadać na problemy i oczekiwania klientów KU01</p> <p>Kompetencje społeczne:</p> <p>K1, jest gotów do krytycznej analizy własnych propozycji dotyczących potrzeb i oczekiwań różnych grup klientów KK01</p> <p>K2, jest gotów do stosowania metod i narzędzi zarządzania relacjami z klientem, KK02</p>
12	Sposób weryfikacji efektów uczenia się (oddzielnie dla każdego efektu)	<p>W1, ćwiczenia i zadania z zakresu zarządzania relacjami z klientem</p> <p>W2, ćwiczenia i zadania z zakresu zarządzania relacjami z klientem</p> <p>W3, quiz z zakresu zarządzania relacjami z klientem</p> <p>U1, przygotowanie projektu rozmowy z klientem</p> <p>U2, praca w grupach nad przygotowaniem propozycji dla klientów</p> <p>U3, ćwiczenia z zakresu zarządzania relacjami z klientem</p> <p>K1, ocena udziału w dyskusji</p> <p>K2, ocena udziału w dyskusji</p>
13	Metody dydaktyczne	Wykład konwersatoryjny, dyskusja, warsztaty, studia przypadku
14	(1) Metody oceniania (2) Kryteria oceniania	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ocena quizu, ćwiczeń i zadań</li> <li>2) Ocena przygotowanych projektów rozmowy z klientem</li> </ol>

		3) Ocena aktywności na zajęciach
--	--	----------------------------------