

## Zajęcia fakultatywne: kierunek **SOCJOLOGIA/ZwPP I rok/konwersatoria**

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	<b>polski</b>
4	Strona WWW	
5	Semestr	<b>letni</b>
6	Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS	<p>Godziny kontaktowe (z udziałem nauczyciela akademickiego)  <b>Konwersatoria</b> 30h, 3 ECTS                      Konsultacje i zaliczenie 2h                      Łączna liczba godzin z udziałem nauczyciela akademickiego 32h                      Liczba punktów ECTS z udziałem nauczyciela akademickiego 1</p> <p>Godziny niekontaktowe (praca własna studenta)                      Studiowanie literatury 28h                      Przygotowanie się do zaliczenia 30h                      Łączna liczba godzin niekontaktowych 58h                      Liczba punktów ECTS za godziny niekontaktowe 2</p> <p>Sumaryczna liczba punktów ECTS 3</p>
7	Wymagania wstępne	brak
8	Opis zajęć	Przedmiotem zajęć są zagadnienia dotyczące kształtowania i utrzymywania relacji z klientem, modele i koncepcje budowania relacji z klientem, nowe typy związków klienta z firmą, negocjacje i rozwiązywanie trudnych sytuacji z klientem, zarządzanie wiedzą, emocjami, doświadczeniem i czasem klienta oraz budowanie satysfakcji i lojalności.
9	Zakres tematów	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Istota i etapy zarządzania relacjami z klientem (CRM)</li> <li>2) Elementy i modele CRM</li> <li>3) Strategie kształtowania relacji z klientem w firmie</li> <li>4) Zachowania i typologia klientów</li> <li>5) Kapitał i wartość klienta oraz jego determinanty</li> <li>6) Cykl życia klienta na rynku a segmentacja nabywców</li> <li>7) Nowe typy związków klienta z firmą</li> <li>8) Rozmowa z klientem - zasady i elementy MAGIC</li> <li>9) Satysfakcja klienta i jej pomiar</li> <li>10) Kreowanie lojalności klienta</li> <li>11) Zarządzanie emocjami w relacjach z klientem</li> <li>12) Customer experience, customer journey map</li> <li>13) Zarządzanie wiedzą (Customer Knowledge Management) i czasem klienta</li> <li>14) Trudne sytuacje z klientem, zastrzeżenia klienta</li> <li>15) Studia przypadków</li> </ol>
10	Literatura (z podziałem na obowiązkową i uzupełniającą)	<p>Literatura obowiązkowa:                      Otto Jacek: Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie. Warszawa: Wyd. C.H. Beck 2004.                      Wiesława Caputa, Kapitał klienta w budowaniu wartości przedsiębiorstwa, Warszawa: CeDeWu 2015                      Mazurek; Łopacińska Krystyna: Orientacja na klienta w przedsiębiorstwie. Warszawa: PWE 2002                      Iwona Skowronek, Marketing doświadczeń, od doświadczeń klienta do wizerunku firmy, Warszawa: Poltext 2012</p> <p>Literatura uzupełniająca                      Kenzelmann Peter: Kształtowanie dobrych relacji z klientami:</p>

		<p>Warszawa: Wyd. BC Edukacja 2008  Dembieńska-Cyran Izabela, Hałub-Iwan Joanna, Perenc Joacufef: Zarządzanie relacjami z klientem. Warszawa: Difin 2004.  Dejnaka Agnieszka: CRM. Zarządzanie kontaktami z klientami: Wyd. Helion 2002</p>
11	<p>Efekty uczenia się z przyporządkowaniem do efektów uczenia się kierunkowych</p>	<p><b>Socjologia</b>  Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska z zakresu subdyscyplin socjologicznych oraz pozostałe szczegółowe zagadnienia społeczne (K_W02) P6U_W P6S_WG</p> <p>Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę socjologiczną do formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów oraz wykonywania zadań w warunkach nie w pełni przewidywalnych (K_U01) P6U_U P6S_UW</p> <p>Potrafi dyskutować na tematy społeczne i krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów (K_U06) P6U_U P6S_UK</p> <p><b>Zarządzanie w politykach publicznych</b>  Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu fakty, obiekty i zjawiska z obszaru życia publicznego, a także zależności pomiędzy nimi, wzajemne uwarunkowania oraz całe mechanizmy, które składają się na wiedzę z zakresu polityk publicznych (K_W02) P6U_W P6S_WG</p> <p>Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu polityk publicznych do identyfikacji określonych problemów publicznych i interpretacji ich uwarunkowań i skutków z różnych punktów widzenia (K_U01) P6U_U P6S_UW</p> <p>Potrafi dyskutować na temat polityk i działań publicznych oraz krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów (K_U06) P6U_U P6S_UK</p>
12	<p>Sposób weryfikacji efektów uczenia się (oddzielnie dla każdego efektu)</p>	<p>K_W02: ćwiczenia i zadania z zakresu CRM  K_U01: zadanie projektowe - przygotowania rozmowy z klientem, mapy podróży klienta  K_U06: aktywność, udział w dyskusji</p>
13	<p>Metody dydaktyczne</p>	<p>Wykład konwersatoryjny, dyskusja, studia przypadków, ćwiczenia i zadania</p>
14	<p>1 Metody oceniania  2 Kryteria oceniania</p>	<p>1) ocena ćwiczeń i zadań  2) ocena zadań projektowych –  3) ocena aktywności, udział w dyskusji</p>