

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	polski
4	Strona WWW	
5	Semestr	letni
6	Godzinowe ekwiwalenty punktów ECTS	Godziny kontaktowe (z udziałem nauczyciela akademickiego) Konwersatoria 30h, 3 ECTS Konsultacje i zaliczenie 2h Łączna liczba godzin z udziałem nauczyciela akademickiego 32h Liczba punktów ECTS z udziałem nauczyciela akademickiego 1 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 Summaryczna liczba punktów ECTS 3
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	1) Istota i etapy zarządzania relacjami z klientem (CRM) 2) Elementy i modele CRM 3) Strategie kształtowania relacji z klientem w firmie 4) Zachowania i typologia klientów 5) Kapitał i wartość klienta oraz jego determinanty 6) Cykl życia klienta na rynku a segmentacja nabywców 7) Nowe typy związków klienta z firmą 8) Rozmowa z klientem - zasady i elementy MAGIC 9) Satysfakcja klienta i jej pomiar 10) Kreowanie lojalności klienta 11) Zarządzanie emocjami w relacjach z klientem 12) Customer experience, customer journey map 13) Zarządzanie wiedzą (Customer Knowledge Management) i czasem klienta 14) Trudne sytuacje z klientem, zastrzeżenia klienta 15) Studia przypadków
10	Literatura (z podziałem na obowiązkową i uzupełniającą)	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 Literatura uzupełniająca Kenzelmann Peter: Kształtowanie dobrych relacji z klientami:

		Warszawa: Wyd. BC Edukacja 2008 Dembińska-Cyran Izabela, Hałub-Iwan Joanna, Perenc Joanna; zef: Zarządzanie relacjami z klientem. Warszawa: Difin 2004. Dejnaka Agnieszka: CRM. Zarządzanie kontaktami z klientami: Wyd. Helion 2002
11	Efekty uczenia się z przyporządkowaniem do efektów uczenia się kierunkowych	Socjologia 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 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 Potrafi dyskutować na tematy społeczne i krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów (K_U06) P6U_U P6S_UK Zarządzanie w politykach publicznych 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 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 Potrafi dyskutować na temat polityk i działań publicznych oraz krytycznie oceniać stanowiska innych dyskutantów (K_U06) P6U_U P6S_UK
12	Sposób weryfikacji efektów uczenia się (oddzielnie dla każdego efektu)	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
13	Metody dydaktyczne	Wykład konwersatoryjny, dyskusja, studia przypadków, ćwiczenia i zadania
14	1 Metody oceniania 2 Kryteria oceniania	1) ocena ćwiczeń i zadań 2) ocena zadań projektowych – 3) ocena aktywności, udział w dyskusji