

Rola logistyki w skutecznej i efektywnej obsłudze klienta - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Rola logistyki w skutecznej i efektywnej obsłudze klienta
Kod przedmiotu	04.9-WZ-TSPD-RLSE
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Transport i spedycja
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	podyplomowe
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	1
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Agnieszka Perzyńska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład i ćwiczenia	-	-	10 (w tym jako e-learning)	0,67 (w tym jako e-learning)	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Zapoznanie studentów z rolą obsługi klienta w przedsiębiorstwach wdrażających zarządzanie logistyczne. Przedstawienie zakresu decyzji oraz instrumentów ich wdrażania dotyczących kształtowania polityki obsługi klienta w przedsiębiorstwie, a także prezentacja konsekwencji podejmowanych decyzji w odniesieniu do konkretnych sytuacji problemowych na wybranych przykładach praktycznych.

Wymagania wstępne

Podstawy logistyki.

Zakres tematyczny

Pojęcie, funkcje i wymiary obsługi klienta (jakość a koszt); miejsce obsługi klienta w koncepcji logistyki. Obsługa klienta jako proces tworzenia wartości logistycznej – istota, przebieg, decyzje i ich konsekwencje rynkowe, ewolucja koncepcji i modeli tworzenia wartości logistycznej. Miejsce obsługi klienta w zarządzaniu przedsiębiorstwem i siecią dostaw – wymiar strategiczny: koncepcja – system obsługi klienta – relacje - struktura. Operacyjne aspekty logistycznej obsługi klienta: przedmiot, zakres i jego implikacje, cykl zamawiania – struktura i kształtowanie, metody zarządzania procesami logistycznymi (logistyka-mix) w aspekcie dostarczania wybranego poziomu obsługi klienta. Projektowanie, realizacja i ocena logistyczno-marketingowej obsługi klienta: znaczenie standardu obsługi klienta, parametry – ewolucja i metody doboru mierników jakości obsługi, Problemy pomiaru poziomu obsługi klienta: trudności i wyzwania pomiaru kosztów logistyczno-marketingowej obsługi klienta w przedsiębiorstwie i łańcuchu dostaw; metody oceny efektów logistyczno-marketingowej obsługi klienta, Usługodawcy logistyczni i ich udział w kształtowaniu rynkowych standardów poziomu obsługi klienta – doświadczenia polskie i zagraniczne.

Metody kształcenia

Wykład i ćwiczenia z prezentacją multimedialną.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizy konkretnych procesów i zjawisk zachodzących w sferze logistyki dla rozwiązywania konkretnego problemu decyzyjnego z zastosowaniem metod wnioskowania indukcyjnego i dedukcyjnego. Student potrafi analizować przyczyny i uwarunkowania sytuacji decyzyjnych z perspektywy procesów i efektów logistycznych Student potrafi prognozować procesy i zjawiska istotne z perspektywy sfery logistyki, wykorzystując standardowe narzędzia statystyczne.		- aktywność w trakcie zajęć - dyskusja - zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	Wykład i ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student zna i rozumie istotę oraz podstawowe związki między kategoriami rynkowymi a systemem logistycznym, w szczególności w obszarze procesu tworzenia wartości.		• aktywność w trakcie zajęć • dyskusja • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład i ćwiczenia
Student posiada wiedzę niezbędną do analizy i oceny efektywności systemu logistycznego.		• aktywność w trakcie zajęć • dyskusja • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład i ćwiczenia
Student zna i rozumie zasady kształtowania procesów logistycznych oraz przyczyny, przebieg i konsekwencje zmian tych procesów dla efektywności systemu logistycznego.		• aktywność w trakcie zajęć • dyskusja	• Wykład i ćwiczenia
Student posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk rynkowych oraz ich wpływu na procesy, a także efekty logistyczne.		• aktywność w trakcie zajęć • dyskusja • zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	• Wykład i ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Zaliczenie jest w formie pisemnej.

Literatura podstawowa

1. Kempny D., Obsługa logistyczna, Wydawnictwo AE im K. Adamieckiego, Katowice 2008.
2. Zarządzenie logistyczną obsługą klienta, red. J. Długosz, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań 2005.
3. Kempny D., Logistyczna obsługa klienta, Wydawnictwo AE im K. Adamieckiego, Katowice 2001.
4. Pokusa T., Logistyczna obsługa i lojalność klienta jako orientacje rynkowe, Wyd. Instytut Śląski, Opole 2001.

Literatura uzupełniająca

1. Strategie i logistyka w sektorze usług, ZN nr 234, red. J. Witkowski, A. Baraniecka, oraz nr 235, red. J. Witkowski, U. Bąkowska-Morawska, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław 2011.
2. Blaik P., Matwiejczuk R., Logistyczno-marketingowy łańcuch tworzenia wartości, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2008.
3. Współczesna ekonomika usług, red. S. Flejterski. A. Panasiuk, J. Perenc, G. Rosa, WN PWN, Warszawa 2008.
4. Cichosz M., Lojalność klienta a logistyka firm usługowych, SGH Warszawa 2010.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Paweł Szudra (ostatnia modyfikacja: 16-07-2019 21:46)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ