

Zarządzanie relacjami z klientami - opis przedmiotu

Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie relacjami z klientami
Kod przedmiotu	06.9-WM-ZIP-ZL-P- 60
Wydział	Wydział Mechaniczny
Kierunek	Zarządzanie i inżynieria produkcji
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. inżyniera
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie

Semestr	7
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	• prof. dr hab. inż. Justyna Patalas-Maliszewska

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	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę
Laboratorium	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Głównym skutkiem kształcenia będzie poznanie filozofii zarządzania relacjami z klientami oraz funkcjonalności narzędzia informatycznego CRM.

Wymagania wstępne

Podstawy zarządzania.

Zakres tematyczny

Definicje Customer Relationship Management, założenia filozofii CRM - obszar: Zrozumienia rynku i klientów, obszar: Rozwijania oferty, obszar: Zdobywania klientów. Marketing w procesie pozyskiwania i utrzymywania klientów: instrumenty marketingu mix, narzędzia komunikacji marketingowej w CRM. Proces planowania rozwoju relacji z klientem: definiowanie profilu klienta, definiowanie dokumentu „kontakty handlowe w przeszłości”, definiowanie terminarza, ruchomych sum rocznych, budowanie zespołu ds. klienta. Analiza ABC klientów. Segmentacja klientów - kryteria segmentacji odbiorców instytucjonalnych: ekonomiczne, logistyczne, marketingowe, psychologiczne. Analiza strategicznej relacji firmy z klientami (macierz strategii, opcje strategiczne, macierz identyfikacji i selekcji). Koncepcja cyklu zamawiania w CRM. Strategie CRM – tradycyjne i nowoczesne.

W ramach laboratorium wykonywane są następujące zadania w systemie informatycznym np. w module CRM w systemie SAP:

1. Zbudowanie bazy danych o kontrahencie (min 10 kontrahentów)
2. Zbudowanie 3 Grup Kontrahentów
3. Utworzenie listy dystrybucyjnej
4. Wykonanie akcji mailingowej
5. Dodanie pracowników do kontaktów
6. Utworzenie karty Kontrahenta

Metody kształcenia

Wykład konwencjonalny. Laboratorium

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma uporządkowaną, podbudowaną wiedzę w zakresie zarządzania wiedzą o kliencie. Definiuje etapy formułowania strategii relacji z klientami.	• K_W19	• kolokwium	• Wykład
Potrąfi wskazać trendy rozwoju w zakresie aplikacji informatycznych dotyczących CRM.	• K_W36	• kolokwium	• Wykład

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Potrafi pozyskiwać informacje z baz danych oraz innych źródeł dla potrzeb pracy w systemie informatycznym CRM.	• K_U01	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi dokonać wyboru właściwych modułów oraz korzystać ze zintegrowanych systemów informatycznych zarządzania w zakresie obszaru CRM.	• K_U12	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy – formułowanie strategii rozwoju dla firmy w oparciu o filozofie CRM.	• K_K06	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Potrafi dokumentować przebieg pracy w postaci protokołu z pracy w systemie informatycznym CRM oraz opracować wyniki prac i przedstawić je w formie czytelnego sprawozdania.	• K_U15	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium
Ma uporządkowaną wiedzę ogólną w zakresie zarządzania relacjami z klientami związaną z Zarządzaniem i Inżynierią Produkcji.	• K_W17	• kolokwium	• Wykład
Ma uporządkowaną, podbudowaną wiedzę w zakresie zintegrowanych systemów zarządzania - modułu lub aplikacji CRM.	• K_W28	• kolokwium	• Wykład
Ma elementarną wiedzę dotyczącą prowadzenia działalności gospodarczej z zastosowaniem filozofii CRM.	• K_W41	• kolokwium	• Wykład
Potrafi współdziałać pracować w grupie przyjmując różne role – praca w zespole ds. klienta.	• K_K03	• wykonanie sprawozdań laboratoryjnych	• Laboratorium

Warunki zaliczenia

Wykład: zaliczenie na ocenę

Ocena wystawiana na podstawie testu pisemnego obejmującego weryfikację znajomości przedmiotowych zagadnień.

Laboratorium: zaliczenie na ocenę

Ocena wyznaczana na podstawie składowej oceniającej umiejętności związane z realizacją zadań laboratoryjnych i przygotowania dokumentacji.

Literatura podstawowa

1. Adler R., Rosenfeld L.B., Proctor II R.F. (2011), Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań
2. Gorman T., 2009, Perswazja. Droga do osiągnięcia celów, One Press, Warszawa 2009.
3. Wereda, W., 2009. *Zarządzanie relacjami z klientem (CRM) a postępowanie nabywców na rynku usług*, Warszawa

Literatura uzupełniająca

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Tomasz Belica (ostatnia modyfikacja: 01-05-2018 00:27)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ