



Akademia Nauk Stosowanych
im. Hipolita Cegielskiego w Gnieźnie Uczelnia Państwowa
SYLABUS

Pozycja przedmiotu w planie:		R.IV/S.VII-4
1. OGÓLNY OPIS PRZEDMIOTU		
1	Nazwa modułu	Moduł zajęć kierunkowych
2	Nazwa przedmiotu	Zarządzanie relacjami z klientami
3	Kierunek studiów	KIERUNEK: ZARZĄDZANIE I INŻYNIERIA PRODUKCJI
4	Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
5	Forma studiów	Stacjonarne
6	Profil studiów	praktyczny
7	Rok studiów	trzeci
8	Semestr przedmiotu	6
9	Jednostka prowadząca kierunek studiów	Instytut Nauk Technicznych
10	Liczba punktów ECTS	3
11	Sposób zaliczenia:	Ćwiczenia – zadania projektowe na ocenę Wykład – zaliczenie pisemne w formie testu
12	Imię i nazwisko nauczyciela (li) akademickiego (ich), stopień lub tytuł naukowy, adres e-mail	Justyna Majchrzak-Lepczyk, doktor, e-mail: j.majchrzak-lepczyk@ans-gniezno.edu.pl
13	Imię i nazwisko koordynatora(ów) przedmiotu, stopień lub tytuł naukowy, adres e-mail	Justyna Majchrzak-Lepczyk, doktor, e-mail: j.majchrzak-lepczyk@ans-gniezno.edu.pl
14	Język wykładowy	polski
15	Tryb prowadzenia zajęć	Stacjonarny
16	Sposób prowadzenia zajęć	Synchroniczny
17	Narzędzia informatyczne wykorzystywane do prowadzenia zajęć, udostępniania materiałów i komunikacji ze studentami	Platforma Moodle
15	Przedmioty wprowadzające	Podstawy marketingu, Badania rynkowe i marketingowe
16	Wymagania wstępne	1. Student ma podstawową wiedzę dotyczącą funkcjonowania przedsiębiorstw, zwłaszcza w obszarze działań marketingowych 2. Student jest nastawiony na własny rozwój
17	Cele przedmiotu:	
C1	Przekazanie wiedzy z zakresu zarządzania relacjami i jego wpływu na postrzeganie przedsiębiorstwa na rynku	
C2	Zapoznanie studentów z uwarunkowaniami zarządzania relacjami	
C3	Ułatwienie zrozumienia mechanizmów tworzenia trwałych relacji wewnątrz przedsiębiorstwa oraz z podmiotami otoczenia	
18	Forma zajęć, liczba godzin wymagająca bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego, liczba godzin nakładu pracy studenta	
Forma zajęć		Liczba godzin

1. wykłady	15	
2. ćwiczenia	30	
Suma godzin		45
lp.	Całkowity nakład pracy studenta	
1.	Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego wynosi:	Godzinowe obciążenie studenta
	Udział w wykładach 15 godzin Udział w ćwiczeniach 30 godzin Udział w konsultacjach 5 godzin	50 godzin
	Nakład pracy związany z zajęciami wymagającymi bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego wynosi 28 godzin, co odpowiada 2 punktom ECTS.	
2	Bilans nakładu pracy studenta: <ul style="list-style-type: none"> • Przygotowanie do ćwiczeń: 15 godzin, • Przygotowanie do zaliczenia z wykładów: 10 godzin, łącznie nakład pracy studenta wynosi 25 godzin, co odpowiada 1 punktowi ECTS.	25 godzin
3	Łączny nakład pracy studenta (pozycja 2)	75 godzin
4	Punkty ECTS za przedmiot	3 ECTS
5	Liczba punktów ECTS, którą student musi osiągnąć w ramach zajęć o charakterze praktycznym w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych, projektowych	3 ECTS
Efekty uczenia się - wiedza	W1: (K_W13) Student zna i rozumie koncepcje zarządzania relacjami z klientami stosowane w przedsiębiorstwach. W2: (K_W16) Student ma podstawową wiedzę w zakresie zasad kreowania relacji z klientem przy wykorzystaniu narzędzi Customer Relationship Management (CRM).	
Efekty uczenia się - umiejętności	U1: (K_U02, K_U05) Student potrafi wykorzystać poszczególne czynniki otoczenia do sformułowania strategii relacji U2: (K_U21) Student potrafi sformułować podstawowe założenia dotyczące doboru narzędzi marketingowych dopasowanych do warunków tworzenia relacji.	
Efekty uczenia się – kompetencje społeczne	K1: (K_K04) Student potrafi podnosić swoje kwalifikacje i kompetencje rozumie konieczność doksztalcania się. Zasięga opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu. K2: (K_K05) Student jest odpowiedzialny za terminową realizację zadań wykonywanych w ramach zajęć.	

2. TREŚCI PROGRAMOWE ODNIESIONE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
W	Treści programowe	liczba godzin
Forma:		

W	Wykład (K_W13, K_W16) Uwarunkowania kształtujące potrzeby i zachowania konsumentów na rynku. Obsługa klienta jako wartość w zarządzaniu relacjami przedsiębiorstwo-klient. Pojęcie i typy relacji. Budowanie relacji z klientami. Customer Relationship Management jako strategia biznesowa i technologia informatyczna - geneza, cele i korzyści.	15
ZP	Ćwiczenia (K_U02, K_U05, K_U21, K_K04, K_K05) Zachowanie konsumentów na rynku (studia przypadków). Budowanie trwałych relacji z klientami – koncepcja marketingu relacji. Metody i techniki badania preferencji konsumentów oraz poziomu ich zadowolenia. Przedsiębiorstwo – konsument jako strony relacji. Projektowanie etapów obsługi klienta w przedsiębiorstwie. Standardy obsługi klienta. Analiza i wybór systemu wspierającego zarządzanie relacjami z klientami (studia przypadków).	30

3. Literatura	
Literatura podstawowa	1. Marketing relacji. Teoria i praktyka. M. Mitręga, Wyd. III, Wydawca: CEDEWU, Warszawa 2018 2. Zarządzanie relacjami z klientem w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa-ujęcie dynamiczne. A Pukas, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław, 2019
Literatura uzupełniająca	1. Dynamiczne zarządzanie relacjami w kreacji sukcesu przedsiębiorstwa. A Kwiecień, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice 2018. 2. Customer Experience Management. Moc pozytywnych doświadczeń na ścieżce Twojego klienta. K. Wojciechowska, Wydawnictwo: Onepress, Gliwice 2020 3. Potęga relacji w zarządzaniu: o trudnej sztuce bycia pokornym liderem. E. H. Schein, P. A. Schein. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.

4. Metody dydaktyczne	
Forma	Metody dydaktyczne
Wykład	Wykład informacyjny (prezentacje multimedialna, filmiki, studia przypadku)
Ćwiczenia	Zadania do wykonania zgodnie z realizowanym obszarem tematycznym na wykładach

5. Metody i kryteria oceniania	
Forma zajęć:	Forma zaliczenia:
Uzyskane punkty są przeliczane na oceny według następującej skali:	
Procent punktów	Ocena
91-100%	Bardzo dobry
85-90%	Dobry plus
76-84%	Dobry
66-75%	Dostateczny plus
51-65%	Dostateczny
0-50%	Niedostateczny

Opis:
<p>Forma zaliczenia: ćwiczenia Ocena końcowa na podstawie rozwiązania zadań, realizowanych na ćwiczeniach, aktywność studenta i przygotowanie do ćwiczeń. Maksymalna liczba punktów 30.</p> <p>Forma zaliczenia: wykłady Zaliczenie pisemne z części teoretycznej. Maksymalna liczba punktów 20.</p>
Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnych ocen z każdej z form zajęć.

	Zatwierdzenie karty opisu zajęć	
	Stanowisko Tytuł/stopień naukowy, imię nazwisko	Podpis
Opracował	Justyna Majchrzak-Lepczyk	
Zatwierdził	Dyrektor Instytutu.....	