



## KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	<b>KOMUNIKACJA Z KLIENTEM</b>
		w jęz. angielskim	<b>COMMUNICATION WITH CUSTOMERS</b>

Kierunek	<b>Innowacyjna Gospodarka</b>
Specjalność	<b>Menedżer Innowacji</b>
Poziom kształcenia	<b>studia drugiego stopnia</b>
Forma studiów	<b>niestacjonarne</b>
Profil kształcenia	<b>ogólnoakademicki</b>
Status przedmiotu	<b>obowiązkowy</b>
Rygor	<b>egzamin</b>

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	3					9	9		
Razem w czasie studiów						18			

<b>Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji</b>
Brak wymagań wstępnych

<b>Cele przedmiotu</b>
Poznanie, zrozumienie i zastosowanie poszerzonej wiedzy z zakresu komunikacji z klientem

<b>Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)</b>		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
EKP_01	Ma wiedzę z zakresu efektywnej komunikacji z klientem i jej wiodących uwarunkowań.	K_W01; K_W05; K_U01; K_K01
EKP_02	Rozumie i tłumaczy znaczenie komunikacji w procesie budowania relacji z klientem.	K_W01; K_W05; K_W12; K_U01; K_K01
EKP_03	Posiada umiejętność kształtowania lojalności klienta poprzez skuteczną komunikację z nim.	K_W02; K_W05; K_U07; K_K02; K_k08
EKP_04	Analizuje zjawisko komunikacji w procesie ratowania sytuacji z klientem trudnym i niezadowolonym	K_W05; K_W12; K_U06; K_U07; K_K02; K_K08

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Istota komunikacji z klientem. Cele i funkcje komunikacji z klientem oraz jej rodzaje.	0,5	0,5			EKP_01

Typologia klientów a wymagania dla procesu komunikacji – przed, w trakcie i po transakcji.	0,5	0,5			EKP_01
Komunikacja jako narzędzie budowania relacji z klientem. Natura i rodzaje relacji z klientami.	1	1			EKP_02
Wybrane uwarunkowania budowania dobrej relacji z klientem poprzez komunikację. Analizowanie wzajemnych związków i zależności. Przykłady błędów.	2	1			EKP_02
Cykl życia klienta a dynamika procesu komunikacji. Przykłady dobrych praktyk.	1	1			EKP_01; EKP_02
Komunikacja w procesie budowania lojalności klienta. Formy i sposoby komunikacji na różnych stopniach drabiny lojalności.	1	2			EKP_03
Programy lojalnościowe – jak je skutecznie komunikować klientom? Omówienie wybranych przykładów.	1	1			EKP_03
Znaczenie komunikacji w procesie ratowania sytuacji. Klienci niezadowoleni i klienci trudni. Reklamacje.	2	2			EKP_04
<b>Łącznie godzin</b>	<b>9</b>	<b>9</b>			

<b>Metody weryfikacji efektów kształcenia dla przedmiotu</b>									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01			X						X
EKP_02			X						X
EKP_03			X				X		X
EKP_04			X				X		X

<b>Kryteria zaliczenia przedmiotu</b>
Zaliczenie wykładów: Egzamin pisemny (co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia)
Zaliczenie ćwiczeń: prezentacja (co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia) + zaliczone zadania do rozwiązania w grupach (60% punktów możliwych do zdobycia)
Ocena końcowa jest średnią ważoną: 50% EG + 30% P + 20 % (EG - Egzamin; P-prezentacja; ZG- zadanie w grupach)
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty kształcenia przekraczają wymagane minimum.

<b>Nakład pracy studenta</b>				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	9	9		
Czytanie literatury	10	12		
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		20		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	15			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania				
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	1			
Udział w konsultacjach	1	1		
<b>Łącznie godzin</b>	<b>36</b>	<b>42</b>		
<b>Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu</b>	<b>78</b>			
<b>Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu</b>	<b>3</b>			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	42		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	20		1	

<b>Literatura podstawowa</b>
Barker A., <i>Doskonała umiejętność komunikacji</i> , Wyd. Helion, Gliwice 2004

Dyche J., CRM. Relacje z klientami, Wyd. Helion, Gliwice 2002  
Gordon I.H.: Relacje z klientem, Marketing partnerski, PWE, Warszawa 2001  
Storbacka K., Lehtinen, J. R., Sztuka Budowania Trwałych Związków z Klientami. Customer Relationship Management (CRM), Oficyna Ekonomiczna, Dom Wydawniczy ABC, Kraków, 2001

**Literatura uzupełniająca**

Baney J., *Komunikacja interpersonalna. Przewodnik*, Wyd. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2009.  
Mitrega M., Marketing relacji. Teoria i praktyka, CeDeWu, Warszawa 2005  
Dejnaka, A., CRM. Zarządzanie kontaktami z klientami, Wyd. Helion, seria: OnePress, Gliwice, 2002  
Otto J., Marketing relacji. Koncepcja i stosowanie, wyd. C.H. Beck, Warszawa 2006  
Stachowich-Stanusch A., Stanusch M., CRM : przewodnik dla wdrażających, Wyd. PLACET, Warszawa 2007

**Osoba odpowiedzialna za przedmiot**

dr Hanna Mackiewicz

KEU

**Pozostałe osoby prowadzące przedmiot**

dr Aleksandra Grobelna

KEU

dr Hanna Mackiewicz

KEU