

Tytuł Zarządzanie relacjami z klientem	Kod 10111023210111401068
Kierunek Zarządzanie - studia stacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 1 / 2
Specjalność Zarządzanie produkcją i usługami	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty / semina: -	Liczba punktów 3
	Język prowadzenia przedmiotu -

Prowadzący:

dr inż. marek Goliński, e-mail marek.golinski@put.poznan.pl
Wydział Inżynierii Zarządzania
ul.Strzelecka 11, 60-965 Poznań, tel.(061) 665 33 04

Wydział:

Wydział Inżynierii Zarządzania
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. (61) 665-33-74, fax.
e-mail: office_fem@put.poznan.pl

Miejsce przedmiotu w programie studiów:

Przedmiot na studiach stacjonarnych II stopnia na kierunku Zarządzanie, na specjalności Zarządzanie produkcją i usługami M.S.2 Zarządzanie systemami usługowymi 2

Założenia i cele przedmiotu:

Zdobycie wiedzy i opanowanie umiejętności z zakresu identyfikacji potrzeb klientów oraz metod i technik tworzenia, utrzymania i rozwijania relacji z nabywcami w celu realizowania strategii przedsiębiorstwa

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Istota procesu obsługi klienta
Identyfikowanie potencjalnych klientów
Potrzeby i oczekiwania klientów
Nawiązywanie kontaktu z klientem
Obsługa klienta
Ocena stopnia zaspokojenia potrzeb i oczekiwań
Utrzymywanie trwałych relacji z klientem
Proces obsługi klienta w odniesieniu do procesu transakcyjnego
Podstawowe pojęcia: inżynieria, relacje, zarządzanie, klient
Marketing partnerski jako źródło narzędzi zasilaających rozwój inżynierii zarządzania relacjami z klientem
Cykl życia klienta
Życiowa wartość klienta (wartość czasu życia klienta)
System informacji marketingowej wspomagającej proces zarządzania relacjami z klientami
Pozyskiwanie informacji dla potrzeb zarządzania relacjami z klientami - etapy badań, metody i narzędzia

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Informacje z podstaw marketingu i badań marketingowych

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

Wykład ilustrowany przykładami multimedialnymi

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

Egzamin

Bibliografia podstawowa:

1. Banasik A., Beliczyński J Zarządzanie relacjami z klientami, Aplikacje systemu CRM Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie Kraków 2003
2. Dejnaka A Budowanie lojalności klientów Wydawnictwo Helion, Gliwice Gliwice 2007
3. Dembińska M., Cyran I., Iwan J., Perenc J Zarządzanie relacjami z klientami Difin Warszawa 2004
4. Łańcucki J Jakość usług Problemy jakości nr 12/ 2002 Warszawa 2002
5. Mantura W. Marketing przedsiębiorstw przemysłowych Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań Poznań 2000
6. Payne A Marketing usług Placet Warszawa 2007
7. Rogoziński K Nowy marketing usług Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu Poznań 2000

Bibliografia uzupełniająca: