

KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA		
Nazwa modułu/przedmiotu Logistyczna obsługa klienta		Kod 1011102321011115170
Kierunek studiów Inżynieria zarządzania - studia stacjonarne II	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) ogólnoakademicki	Rok / Semestr 1 / 2
Ścieżka obieralności/specjalność Zarządzanie produkcją i usługami	Przedmiot oferowany w języku: polski	Kurs (obligatoryjny/obieralny) obieralny
Stopień studiów: II stopień	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) stacjonarna	
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15 Laboratoria: - Projekty/seminaria: -		Liczba punktów 3
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) inny		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) ogólnouczelniany
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki nauki techniczne		Podział ECTS (liczba i %) 3 100%
Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:		
dr inż. Katarzyna Grzybowska email: katarzyna.grzybowska@put.poznan.pl tel. 61 665 33 96 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań		dr inż. Katarzyna Grzybowska email: katarzyna.grzybowska@put.poznan.pl tel. 61 665 33 96 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:		
1	Wiedza:	Posiada podstawową wiedzę z makro i mikroekonomii oraz z marketingu
2	Umiejętności:	Potrafi zinterpretować i opisać czynniki wpływające na rynkowy mechanizm funkcjonowania przedsiębiorstwa
3	Kompetencje społeczne	Potrafi analizować i efektywnie wykorzystać narzędzia marketingowe mające wpływ na działalność przedsiębiorstwa
Cel przedmiotu:		
Zdobycie wiedzy i opanowanie umiejętności z zakresu identyfikacji potrzeb klientów oraz metod i technik ich logistycznej obsługi.		
Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia		
Wiedza:		
1. posiada wiedzę na temat metod i narzędzi modelowania procesów decyzyjnych oraz segmentacji nabywców. - [K2A_W08]		
2. Posiada wiedzę na temat techniki i metod utrzymania trwałych relacji z klientami i ich wpływu na modelowanie procesów decyzyjnych. - [K2A_W09]		
Umiejętności:		
1. potrafi dokonać segmentacji docelowych odbiorców - [K2A_U02]		
2. potrafi opisać cykl życia klienta oraz określić życiową wartość klienta - [K2A_U05]		
3. umie zastosować techniki i metod pozyskiwania informacji dla potrzeb zarządzania relacjami z klientami - [K2A_U06]		
4. posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu zarządczego i przeprowadzenia procedury podjęcia rozstrzygnięć, w tym zakresie - [K2A_U07]		
Kompetencje społeczne:		

1. ma świadomość potrzeb ciągłego doskonalenia się w zakresie zagadnień z dziedziny marketingu, a w szczególności z obszaru zarządzania relacjami z klientami - [K2A_K01]
2. ma świadomość istotności decyzji z obszaru zarządzania relacjami z klientami - [K2A_K02]
3. potrafi dostrzegać zależności przyczynowo ? skutkowe w realizacji postawionych celów i rangować istotność alternatywnych bądź konkurencyjnych zadań - [K2A_K03]
4. potrafi zarówno w życiu zawodowym, jak i osobistym postępować w sposób przedsiębiorczy - [K2A_K04]
5. potrafi zastosować w życiu zawodowym i osobistym umiejętność postępowania kreatywnego i innowacyjnego - [K2A_K06]
6. potrafi w sposób świadomy i efektywny wykorzystywać nowoczesne technologie teleinformatyczne dla potrzeb zarządzania relacjami z klientami - [K2A_K07]

Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia

Formująca

W zakresie ćwiczeń: na podstawie oceny bieżącego postępu realizacji zadań (praca samodzielna i w grupach, wypowiedzianie własnych poglądów i opinii)

W zakresie wykładów: na podstawie odpowiedzi na pytania dotyczące materiału omówionego na wykładach

Podsumowująca:

W zakresie ćwiczeń: na podstawie publicznej prezentacji na wskazany temat; kolokwium pisemne z przerobionego materiału

W zakresie wykładów: zaliczenie w formie pisemnej odpowiedzi na pytania otwarte; zaliczenie jest możliwe po uzyskaniu minimum 60% punktów;

zaliczenie jest zdany po uzyskaniu 60% punktów;

Treści programowe

1. Istota logistycznego procesu obsługi klienta
2. Potrzeby i oczekiwania klientów
3. Strategie obsługi klienta
4. Obsługa klienta i marketing
5. Utrzymywanie trwałych relacji z klientem
6. Logistyczna obsługa klienta w erze Internetu
7. Sposoby pozyskiwania informacji dla potrzeb zarządzania relacjami z klientami
8. Wskaźniki logistycznej obsługi klienta

Metody dydaktyczne

W zakresie wykładów:

1. Wykład informacyjny
2. Wykład konwersatoryjny

W zakresie pracy samodzielnej:

1. Praca z książką

W zakresie ćwiczeń:

1. Metoda ćwiczeniowa ? metoda przypadków
2. Metoda demonstracji
3. Metoda tekstu przewodniego
4. Metoda symulacyjna
5. Dyskusja

Literatura podstawowa:

1. Kramarz M., Elementy logistyczne obsługi klienta w sieciach dystrybucji, Difin, Warszawa, 2014
2. Kempny D., Logistyczna obsługa klienta, PWE, Warszawa, 2001
3. Grzybowska K., Strategie zakupowe, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań, 2011
4. Rutkowski K. (red.): Logistyka dystrybucji. Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2005
5. Christopher M., Strategia zarządzania dystrybucją, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1996
6. Coyle J., Bardi E., Langley J., Zarządzanie logistyczne, PWN, Warszawa, 2002
7. Christopher M., Peck H., Logistyka marketingowa, PWE, Warszawa, 2005

Literatura uzupełniająca:

1. Christopher M., Strategia zarządzania dystrybucją, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1996
2. Zemke R., Jak zapewnić znakomitą obsługę klientów, Wolters Kluwer, Gliwice, 2000

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

Czynność		Czas (godz.)
1. Udział w wykładach		15
2. Udział w ćwiczeniach		15
3. Konsultacje ćwiczeń		15
4. Przygotowanie do ćwiczeń		10
5. Przygotowanie do zaliczenia ćwiczeń		10
6. Zaliczenie wykładów		3
7. Omówienie wyników zaliczenia		2
Obciążenie pracą studenta		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	70	3
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	50	2
Zajęcia o charakterze praktycznym	15	0