



**MAŁOPOLSKA WYŻSZA SZKOŁA EKONOMICZNA W TARNOWIE**  
**KARTA PROGRAMOWA**

<b>Moduł kształcenia</b>	<b>Obsługa klienta</b>	
Nazwa modułu kształcenia w języku angielskim	Customer service	
Kierunek studiów	Zarządzanie	
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki	
Forma kształcenia	studia niestacjonarne	
Poziom przedmiotu (podstawowy/specjalnościowy/ ogólnouczelniany)	specjalnościowy	
Status przedmiotu (obowiązkowy/do wyboru)	Do wyboru	
Poziom modułu kształcenia	studia II stopnia	
Język wykładowy	polski	
Semestr realizacji modułu	II-IV	
Liczba punktów ECTS	5	
Liczba godzin	Forma modułu: wykład	Forma modułu: ćwiczenia
	20	
Jednostka realizująca moduł	Katedra Zarządzania	
Moduły poprzedzające		

**Syntetyczna charakterystyka modułu**

Moduł poświęcony jest zagadnieniom związanym z obsługą klienta. Student poznaje właściwe zasady obsługi klienta, metody i techniki budowania właściwej komunikacji z klientem oraz metody postępowania w trudnych sytuacjach. W module wskazuje się na użyteczność znajomości mechanizmów obsługi w celu zidentyfikowania potrzeb i oczekiwań klienta oraz dostosowania działań firmy do potrzeb rynkowych.

**Cele modułu**

Celem zajęć jest przekazanie praktycznej wiedzy z zakresu obsługi klienta. Przybliżenie podstawowych zasad obsługi klienta. Zwrócenie uwagi na powiązanie zadań w zakresie obsługi klienta z celami firmy. Przybliżenie typologii klienta w celu poprawy komunikacji z klientem i skutecznego radzenia sobie w trudnych sytuacjach. Zaznajomienie z zasadami obsługi klienta przez telefon oraz różnorodne kanały internetowe. Klient strategiczny, specjalny co wnosi do organizacji, na co zwrócić uwagę w jego obsłudze.

**Opis efektów uczenia się modułu**

Symbol efektu uczenia się dla modułu	Osiągnięte efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
		<b>Wiedza:</b>
W_01	Identyfikuje i wyjaśnia podstawowe pojęcia z zakresu obsługi klienta,	K_W05+++
W_02	Zna zasady dotyczące budowania właściwej komunikacji z klientem, również w sytuacjach trudnych,	K_W07+++
W_03	Zna metody komunikacji odpowiednie dla wybranej typologii klienta.	K_W08+++
		<b>Umiejętności:</b>

U_01	Potrafi przeprowadzić segmentację klienta według typu obsługi,	K_U03+++
U_02	Potrafi w oparciu o poznane zasady właściwie komunikować się z klientem	K_U06+++ K_U07+++
U_03	Potrafi zastosować poznane metody w sytuacjach trudnych w celu łagodzenia konfliktowych sytuacji,	
U_04	Posiada umiejętność oceny decyzji związanych z budowaniem lojalności klientów, potrafi zaprojektować programy lojalnościowe,	
U_05	Potrafi dokonać oceny jakości usług w oparciu o poznane metody badawcze.	
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
K_01	Przygotowany do samodzielnego poszerzania wiedzy,	K_K01+++ K_K04+++
K_02	Przygotowany do podejmowania decyzji w organizacji ,	
K_03	Przygotowany do pracy w zespole,	
K_04	Przygotowany do uczestniczenia w budowaniu projektów oraz prezentacji wyników własnej pracy.	

## Kryteria oceny efektów uczenia się oraz metody ich weryfikacji

Symbol efektu uczenia się (1)	na ocenę 2	na ocenę 3	na ocenę 4	na ocenę 5	na ocenę 6	Metody weryfikacji efektów uczenia się (2)
W_01	Student nie zna podstawowych pojęć z zakresu obsługi klienta.	Student potrafi wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z obsługą klienta, jego wiedza jest w pełni odtwórcza.	Student dobrze operuje poznanymi pojęciami. Prezentuje dobre przygotowanie teoretyczne.	Student wyjaśniając zagadnienia teoretyczne podaje przykłady praktyczne, bardzo dobrze operuje poznanymi pojęciami.	Student wyjaśnia w stopniu znacznie wykraczającym poza ramy modułu zagadnienia teoretyczne swobodnie ilustrując je przykładami.	EP
W_02	Student nie zna zasad dotyczących budowania właściwej komunikacji z klientem, nie ma wiedzy teoretycznej na temat zachowań w sytuacjach trudnych.	Student zna zasady dotyczące budowania właściwej komunikacji z klientem.	Student omawia zasady dotyczące budowania właściwej komunikacji z klientem, potrafi podać zasady dotyczące łagodzenia konfliktowych sytuacji. Posiada dobre podstawy teoretyczne.	Student dysponuje uporządkowaną wiedzą teoretyczną sprawnie ilustrując ją przykładami praktycznymi.	Student posiada pogłębioną i usystematyzowaną wiedzę wykraczającą poza ramy modułu.	EP, PP
W_03	Student nie zna typologii klienta oraz metod komunikacji odpowiednich dla wybranej typologii klienta.	Student zna typologię klienta. Jego wiedza jest w pełni odtwórcza.	Student zna metody komunikacji odpowiednie dla wybranej typologii klienta.	Student dysponuje uporządkowaną wiedzą teoretyczną sprawnie ilustrując ją przykładami praktycznymi.	Student posiada pogłębioną i usystematyzowaną wiedzę wykraczającą poza ramy modułu.	EP, S, PP
U_01	Student nie potrafi przeprowadzić segmentacji klienta według typu obsługi.	Student potrafi przeprowadzić segmentację klienta według typu obsługi.	Student potrafi przeprowadzić segmentację klienta według typu obsługi i poddaje analizie otrzymane wyniki.	Student prawidłowo dokonuje pełnej analizy zagadnienia, wzbogaca ją o własne wnioski i interpretacje. W sposób klarowny analizuje zależności między badanymi zjawiskami.	Student weryfikuje i analizuje zagadnienia przedmiotu z wykorzystaniem metod wykraczających poza zakres prezentowany w literaturze podstawowej i uzupełniającej.	PP
U_02	Student nie zna zasad i właściwego komunikowania się z klientem.	Student stosuje poznane zasady i w sposób właściwy komunikuje się z klientem.	Student stosuje poznane zasady i w sposób właściwy komunikuje się z klientem.	Student stosuje poznane zasady i w sposób właściwy komunikuje się z klientem, trafnie podejmuje decyzje związane z obsługą klienta.	Student weryfikuje i analizuje sytuacje dotyczące obsługi klienta w sposób znacznie wykraczający poza zakres modułu.	EP, S, PP
U_03	Student nie potrafi zastosować poznanych metod w sytuacjach trudnych w celu łagodzenia konfliktowych sytuacji.	Student zna metody i potrafi je zastosować w sytuacjach trudnych w celu łagodzenia konfliktowych sytuacji.	Student w stopniu dobrym opanował metody rozwiązywania konfliktowych sytuacji i potrafi zastosować właściwe do konkretnych warunków.	Student trafnie podejmuje decyzje związane z obsługą klienta w sytuacjach trudnych i potrafi zastosować właściwe do konkretnych warunków.	Student weryfikuje i analizuje sytuacje dotyczące obsługi klienta w sposób znacznie wykraczający poza zakres modułu.	EP, PP

U_04	Student nie potrafi zaprojektować i ocenić skuteczności wybranych programów lojalnościowych.	Student wykorzystując poznaną wiedzę teoretyczną potrafi zaprojektować proste programy lojalnościowe w firmie.	Student wykorzystując poznaną wiedzę teoretyczną potrafi zaprojektować przykładowe programy lojalnościowe w firmie.	Student wykorzystując poznaną wiedzę teoretyczną potrafi zaprojektować złożone programy lojalnościowe w firmie oraz umie ocenić stopień skuteczności tych programów.	Student potrafi wykorzystać wiedzę w ujęciu znacznie wykraczającym tematycznie modułu.	PP,PG
U_05	Student nie potrafi dokonać oceny jakości obsługi klienta.	Student potrafi przeprowadzić badanie jakości obsługi klienta w oparciu o poznane metody badawcze.	Student potrafi przeprowadzić i dokonać oceny jakości świadczonych usług w oparciu o poznane metody badawcze.	Student potrafi przeprowadzić i dokonać oceny jakości świadczonych usług, na podstawie otrzymanych danych przedstawia własne wnioski.	Student potrafi wykorzystać wiedzę w ujęciu znacznie wykraczającym tematycznie modułu.	PP, PG
K_01	Student nie potrafi samodzielnie pracować nad poszerzaniem własnej wiedzy.	Student wykazuje zainteresowanie wiedzą przekazywaną w ramach zajęć.	Student potrafi samodzielnie poszerzać zakres wiedzy prezentowany w trakcie modułu.	Student potrafi poszerzać wiedzę w oparciu o literaturę uzupełniającą modułu.	Student potrafi wykorzystać wiedzę w ujęciu znacznie wykraczającym tematycznie modułu.	PP,S
K_02	Student nie potrafi podejmować decyzji w oparciu o prezentowane informacje.	Student posiada podstawy dotyczące postępowania w procesie decyzyjnym.	Student w oparciu o posiadane informacje potrafi dokonać analizy i sformułować własne rozwiązania.	Student potrafi przedstawić własne wnioski i ocenić podjęte rozwiązania.	Student potrafi podejmować decyzję w ujęciu znacznie wykraczającym poza tematycznie modułu.	PP, PG
K_03	Student nie potrafi pracować w zespole.	Student potrafi współdziałać w zespole przy rozwiązywaniu problemów.	Student wykazuje się kreatywnością w pracy zespołowej.	Student potrafi organizować pracę zespołu, wykazuje się dużą kreatywnością.	Student posiada umiejętność kierowania zespołem i wykazuje się odpowiedzialnością za pracę zespołu.	PP, PG
K_04	Student nie potrafi zaprezentować własnych wyników pracy.	Student potrafi przygotować projekt oraz w sposób poprawny dokonuje prezentacji wyników własnej pracy.	Student potrafi przygotować projekt oraz w sposób profesjonalny dokonuje prezentacji wyników własnej pracy.	Student potrafi przygotować projekt i w sposób profesjonalny prezentuje wyniki własnej pracy oraz przedstawia własne wnioski.	Student potrafi podejmować decyzję w ujęciu znacznie wykraczającym poza tematycznie modułu.	EP,PP

(1) wpisać symbol efektu uczenia się

(2) wpisać np.: EU – egzamin ustny; EP – egzamin pisemny; T – test; P – prezentacja; PR – projekt; ES – esej; RE – referat, PP – przykład praktyczny, PE – platforma e-learningowa, PG- praca w grupie, S – odgrywanie scenek, itp.

Treści kształcenia modułu	
Forma modułu: wykład	Forma modułu: ćwiczenia
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Potrzeby klientów – sposoby sterowania percepcją i oczekiwaniami klientów.</li> <li>2. Tworzenie ofert i standardowych pism</li> <li>3. Segmentacja klientów – typy klientów.</li> <li>4. Style myślenia i działania (klient vs obsługa)</li> <li>5. Zasady dotyczące kontaktu z klientem – formy kontaktu, podstawowe techniki komunikacji z klientem.</li> <li>6. Pomiar jakości obsługi klienta.</li> <li>7. Budowanie lojalności klientów.</li> <li>8. Działanie w sytuacjach trudnych.</li> <li>9. Techniki sprzedaży</li> <li>10. Działania zespołowe w realizacji celu</li> <li>11. Lider w zespole</li> <li>12. Standardy jakości obsługi klienta</li> </ol>	

<b>Literatura podstawowa</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kotler Ph., Marketing, Wolters Kluwer, Warszawa 2012</li> <li>2. Barlow J., Stewart P., Markowa obsługa klientów : nowe źródło przewagi nad konkurencją, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010</li> <li>3. Mouliniere R., Techniki sprzedaży, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2007</li> <li>4. Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J., Marketing usług, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Kraków 2006</li> <li>5. Horovitz J., Strategia obsługi klienta, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006</li> </ol>
<b>Literatura uzupełniająca</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brown Stanley A., Strategiczne podejście do klientów, Polskie Wydaw. Ekonomiczne, Warszawa 2003</li> <li>2. Haman W., Gut J., Handlowanie to gra : czyli od namawiania i zebrania do zaspokajania potrzeb klienta, Wydaw. Kontrakt, Warszawa 2000</li> <li>3. Storbacka K., Lehtinen J. R., Sztuka budowania trwałych związków z klientami, Oficyna Ekonomiczna. Oddział Polskich Wydawnictw Profesjonalnych "ABC", Kraków 2001 <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Edwards, S. Edwards, L. Clampitt Douglas, „Niech klienci tłoczą się u Twoich drzwi”, Gliwice 2006</li> </ol> </li> <li>5. Performance Research Associates, „Jak zapewnić znakomitą obsługę klientów”, Kraków 2006.</li> </ol>

### Metody dydaktyczne

Wykład z prezentacją multimedialną. Ćwiczenia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej oraz innych narzędzi szkoleniowo-trenerskich. Zajęcia prowadzone są metodą pracy w grupach z wykorzystaniem analizy przypadków, dyskusji oraz scenek i prezentacji poszczególnych elementów przedmiotu. Praca na zajęciach wymaga aktywnego uczestnictwa oraz przyswojenia materiałów wskazanych i/lub przekazanych w trakcie wykładów.

### Nakład czasu pracy studenta w przeliczeniu na godziny i punkty ECTS

Elementy składające się na pracę studenta	Ilość godzin	Ilość punktów ECTS	
Udział w wykładach	20		
Udział w ćwiczeniach	-		
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	25		
Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń	-		
Przygotowanie się do egzaminu	30		
Przygotowanie się do zaliczenia	-		
Przygotowanie eseju	-		
Przygotowanie prezentacji w grupie	25		
Przygotowanie referatu	-		
Przygotowanie projektu	-		
Inne (przyswojenie przekazanych materiałów dodatkowych)	25		
<b>Suma</b>	<b>125</b>		<b>5</b>