



MAŁOPOLSKA WYŻSZA SZKOŁA EKONOMICZNA W TARNOWIE
KARTA PROGRAMOWA

Moduł kształcenia	Obsługa klienta	
Nazwa modułu kształcenia w języku angielskim	Customer service	
Kierunek studiów	Zarządzanie	
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki	
Forma kształcenia	studia stacjonarne	
Poziom przedmiotu (podstawowy/specjalnościowy/ogólnouczelniany)	kierunkowy	
Status przedmiotu (obowiązkowy/do wyboru)	Do wyboru	
Poziom modułu kształcenia	studia I stopnia	
Język wykładowy	polski	
Semestr realizacji modułu	III-VI	
Liczba punktów ECTS	3	
Liczba godzin	Forma modułu: wykład	Forma modułu: ćwiczenia
	40	
Jednostka realizująca moduł	Katedra Zarządzania	
Moduły poprzedzające	Marketing	

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 i standardów obsługi klienta. Zwrócenie uwagi na powiązanie zadań w zakresie obsługi klienta z celami firmy. Przybliżenie typologii klienta w celu poprawy komunikacji z klientem i skuteczniejszego radzenia sobie w trudnych sytuacjach. Zaznajomienie z zasadami obsługi klienta przez telefon oraz różne kanały internetowe. Klient strategiczny, specjalny co wnosi do organizacji, na co należy zwrócić uwagę w jego obsłudze.

Opis efektów uczenia się modułu

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

U_01	Potrafi przeprowadzić segmentację klienta według typu obsługi,	K_U03+++ K_U06+++ K_U07+++
U_02	Potrafi w oparciu o poznane zasady właściwie komunikować się z klientem	
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.	
Kompetencje społeczne:		
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 (1)	na ocenę 2	na ocenę 3	na ocenę 4	na ocenę 5	na ocenę 6	Metody weryfikacji efektów (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 poznaczonymi pojęciami. Prezentuje dobre przygotowanie teoretyczne.	Student wyjaśniając zagadnienia teoretyczne podaje przykłady praktyczne, bardzo dobrze operuje poznaczonymi 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 zachowani 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,PG
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,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.	EP,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.	PP, PG
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

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
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"> Zadania i wyzwania stojące przed pracownikiem obsługi klienta. Powiązanie celów firmy z celami pracownika obsługi klienta. Cechy i umiejętności profesjonalnego pracownika obsługi klienta. Zasady pracy i kontaktu z klientem w różnych sytuacjach oraz za pośrednictwem różnych metod komunikacji. Typologia klienta. Style myślenia i działania (klient vs obsługujący) Radzenie sobie w trudnych sytuacjach Etapy rozmowy z klientem Standardy jakości obsługi klienta Siła zespołu w obsłudze klienta Lider w zespole 	

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

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 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	40		
Udział w ćwiczeniach	-		
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	5		
Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń	-		
Przygotowanie się do egzaminu	10		
Przygotowanie się do zaliczenia	-		
Przygotowanie eseju	-		
Przygotowanie prezentacji w grupie	10		
Przygotowanie referatu	-		
Przygotowanie projektu	-		
Inne (przyswojenie przekazanych materiałów dodatkowych)	10		
Suma	75		3