

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Profesjonalna obsługa klienta (Wykład), PG_00035949						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	1	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Strategii Marketingowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Marcin Krzaczek				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Marcin Krzaczek				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
	Dodatkowe informacje: <ul style="list-style-type: none"> • Praca w grupach • Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków) • Metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny) • Gry symulacyjne • Wykład konwersatoryjny • Wykład z prezentacją multimedialną • Dyskusja 						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		0.0		0.0	30
Cel przedmiotu	Po zaliczeniu przedmiotu student powinien umieć: - wskazać elementy profesjonalnej obsługi klienta; - stworzyć poprawną koncepcję obsługi klienta w danej branży; - odpowiednio reagować na problemy pojawiające się w obsłudze klienta.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_K06] jest gotów przestrzegać i rozwijać w życiu zawodowym zasady etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu, szanować innych, być osobą lojalną wobec pracodawcy, uwzględniając zmieniające się potrzeby społeczne	jest gotów przestrzegać i rozwijać w życiu zawodowym zasady etyki biznesu i społecznej odpowiedzialności biznesu, szanować klientów, uwzględniając zmieniające się potrzeby społeczne	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[EKONMU2_W05] ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumentcie i poszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych	ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumentcie oraz relacjach zachodzących między nimi i poszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[MSGMU2_K07] jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność poglądów i kultur, jest profesjonalny i lojalny wobec pracodawcy	jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej i społecznej odpowiedzialności biznesu, uwzględnia zmieniające się potrzeby społeczne, szanuje różnorodność poglądów i kultur, jest profesjonalny wobec klienta i lojalny wobec pracodawcy	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[MSGMU2_U08] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych; popiera własne stanowisko, wątpliwości i sugestie argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem zaawansowanej wiedzy z zakresu marketingu relacyjnego; popiera własne stanowisko, wątpliwości i sugestie argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[MSGMU2_U05] potrafi posługiwać się regułami i standardami dotyczącymi działalności gospodarczej w celu rozwiązania złożonych i nietypowych problemów wynikających z międzynarodowej współpracy gospodarczej	posługuje się systemami normatywnymi (zawodowymi, etycznymi) i potrafi za ich pomocą skutecznie rozwiązywać złożone problemy zawodowe i społeczne	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
[MSGMU2_W14] posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, działającej w strukturach społecznych i jednostkach organizacyjnych, w szczególności w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym	posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako jednostce podejmującej decyzje ekonomiczne, w oparciu o interakcje z drugą osobą, w szczególności w przedsiębiorstwach działających na rynku międzynarodowym	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego	
Treści przedmiotu	01. Charakterystyka i znaczenie obsługi klienta. 02. Elementy procesu obsługi klienta. 03. Obsługa bezpośrednia. 04. Obsługa telefoniczna. 05. Obsługa internetowa. 06. Sytuacje kryzysowe w obsłudze klienta.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu i komunikacji marketingowej. Komunikatywna znajomość języka angielskiego, w tym pojęć Business English.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Aktywność i obecność na zajęciach	51.0%	25.0%
	Projekt zaliczeniowy	51.0%	25.0%
	Praca indywidualna i w grupach na zajęciach	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	J. Dunckel, B. Taylor, Profesjonalny system obsługi klienta: strategie wiodące do sukcesu, M&A Communications, Lublin 2000. M. Szelągowska, Od standaryzacji obsługi po rekomendację klienta: zarządzanie jakością obsługi klienta w praktyce, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2017. K. Leland, K. Bailey Obsługa klienta, Wydawnictwo RM, Warszawa 1999.	

	Uzupełniająca lista lektur	J. Dunckel, Etykieta w biznesie: kompletny przewodnik, M&A Communications, Lublin 1996. R. Hiebeler, T. Kelly, Ch. Ketteman, Najlepsze wzorce. Od satysfakcji klienta do sukcesu firmy, Studio Emka, Warszawa 2000. S. Hyken, Kult Klienta: doskonała obsługa kluczem do sukcesu firmy, Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Zdefiniowanie poprawnej pod względem aspektów obsługi klienta lokalizacji placówki. Opis sposobów zachowania profesjonalnego doradcy klienta.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.