

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Profesjonalna obsługa klienta (Wykład), PG_00171417						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
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						
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						
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		19.0		1.0	50
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/dyskusja [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/dyskusja [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. W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcie wykładów studenci mają możliwość udziału w konsultacjach		
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
	Praca indywidualna i w grupach na zajęciach	51.0%	50.0%
	Aktywność i obecność na zajęciach	51.0%	25.0%
	Projekt zaliczeniowy	51.0%	25.0%
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. M. Krzaczek, Nadchodzi era e-maklera, Gazeta Bankowa, 2010, nr 3, s. 40-45.	
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Zdefiniowanie poprawnej pod względem aspektów obsługi klienta lokalizacji placówki. Opis sposobów zachowania profesjonalnego doradcy klienta. Scenki wcieleniowe, w których student(ka) wciela się w rolę osoby obsługującej, a prowadzący w rolę klienta, przygotowywane podczas zajęć i konsultacji.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.