

Nazwa przedmiotu: Kształtowanie relacji z klientami				
Forma: Wykład	Godzin: 30 Semestr: 5 Rok: 2	Forma zaliczenie: zal. na ocenę	ECTS	
Wydział: ZIF	Kierunek: Zarządzanie	Tryb: stacjonarny Rodzaj: licencjackie		
Specjalność: Zarządzanie w biznesie				
Tytuł, stopień	Imię i nazwisko lub nazwa katedry	e-mail	telefon	Pok/bud
dr	Kat. Strategii i Metod Zarządzania	katarzyna.olejczyk-kita@ue.wroc.pl		

1. Wymagania wstępne

2. Program przedmiotu

Na zajęciach omawiane będą następujące tematy:

- zarządzanie tradycyjne a zarządzanie marketingowe,
- marketing tradycyjny a marketing relacyjny,
- typy klientów,
- rodzaje klientów,
- metody oddziaływania na klientów,
- rodzaje więzi z klientami,
- sposoby budowania więzi z klientami,
- CRM.

3. Metodyka zajęć

Zajęcia prowadzone są w formie wykładu.

4. Cel dydaktyczny przedmiotu

Wiedza: wiedza z zakresu segmentacji klientów, zagadnienia z zakresu budowania relacji z klientami, wpływania na klientów, zarządzania relacjami z nimi.

Umiejętności: kształtowanie relacji z klientami, wywieranie wpływu na klientów

Wykaz literatury podstawowej (do 4 pozycji)

Kotler P., Marketing. Podręcznik europejski, 2006
 Stachowich-Stanusch A., Stanusch M., CRM : przewodnik dla wdrażających, Warszawa, Wydawnictwo PLACET, 2007
 Marketing relacji : zakres implementacji koncepcji / red. nauk. Ewa Zeman-Miszewska/, Katowice, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Karola Adamieckiego, 2006

Wykaz literatury uzupełniającej (do 4 pozycji)