



<b>PRZEDMIOTY REALIZOWANE W RAMACH SPECJALNOŚCI LOGISTYCZNA OBSŁUGA KLIENTA</b>				
<i>Nazwa przedmiotu</i>	<i>Semestr studiów, w którym przedmiot jest realizowany</i>	<i>Liczba punktów ECTS</i>	<i>Opis przedmiotu</i>	<i>Symbol efektu uczenia się*</i>
<b>Logistyka marketingowa</b>	III	5	Celem przedmiotu jest przekazanie pogłębionej wiedzy z obszaru logistyki marketingowej oraz uwarunkowań i zasad budowania skutecznej strategii marketingowej w przedsiębiorstwach transportowych i logistycznych. Przedmiot kształtuje umiejętność pozyskiwania danych oraz analizy konkretnych procesów i zjawisk marketingowych w logistyce, przydatnych z punktu widzenia kadry menedżerskiej wyższego szczebla.	K_W01 K_W02 K_W04 K_W05 K_W10 K_U01 K_U03 K_U05 K_U08 K_K02 K_K04 K_K05
<b>Zarządzanie łańcuchem wartości</b>	III	5	Celem przedmiotu jest przekazanie pogłębionej wiedzy z obszaru kluczowych koncepcji zarządzania łańcuchem wartości oraz metod sterowania przepływem produktów w jego obrębie. W ramach zajęć studenci na podstawie przekazywanych informacji kształtują umiejętności decyzyjne w obszarze wyboru optymalnego modelu funkcjonowania łańcucha zorientowanego na potrzeby klienta (Quick Response - szybka reakcja, ECR – Efektywna obsługa klienta). Studenci zapoznają się z filozofią KAIZEN i dokonują mapowania strumienia wartości, identyfikują czynności VA oraz analizują dobre praktyki w zarządzaniu łańcuchem wartości. Nauczanie przedmiotu uwzględnia perspektywę kadry menedżerskiej wyższego szczebla.	K_W01 K_W03 K_W04 K_W06 K_W08 K_W10 K_U01 K_U03 K_U08 K_K02 K_K04 K_K05
<b>Transport i gospodarka magazynowa</b>	III	5	Celem przedmiotu jest przekazanie pogłębionej wiedzy z obszaru zarządzania transportem (zewnętrznym i wewnętrznym) oraz gospodarką magazynową w przedsiębiorstwach logistycznych, handlowych i produkcyjnych. Studenci kształtują umiejętności decyzyjne w zakresie wyboru optymalnej formy transportu oraz modelu zarządzania zapasami. Kształcenie w ramach przedmiotu ukierunkowane jest na potrzeby kadry menedżerskiej wyższego szczebla.	K_W02 K_W07 K_W09 K_W10 K_U02 K_U03 K_U04 K_K02 K_K04 K_K05
<b>Finansowe aspekty obsługi klienta</b>	II	3	Celem przedmiotu jest przekazanie pogłębionej wiedzy w zakresie kosztów obsługi klienta. W ramach zajęć studenci określają zakres wskaźnikowy obsługi klienta, w tym m.in. POK oraz wskaźnik prawdopodobieństwa perfekcyjnej realizacji zamówienia – OTIF. Realizacja przedmiotu ukierunkowuje na optymalizację obsługi	K_W01 K_W03 K_W07 K_W10 K_W12 K_U01 K_U02 K_U04

			<p>klienta poprzez szacowanie poziomu kosztów obsługi. Analiza tego typu zależności ma kluczowe znaczenie w podejmowaniu decyzji menedżerskich, głównie na wyższych poziomach zarządzania przedsiębiorstwem.</p>	<p>K_U06 K_K01 K_K04</p>
<b>Obsługa klienta w Internecie</b>	IV	4	<p>Celem przedmiotu jest przekazanie pogłębionej wiedzy z obszaru obsługi klienta w przestrzeni internetowej. W ramach przedmiotu studenci poznają nowoczesne metody prezentacji i wizualizacji produktów, sposobów komunikacji z klientem oraz indywidualizacji relacji na poziomie B2C, B2B, C2B oraz C2C. Przedmiot opiera się na analizie case studies firm z branży e-commerce, czynników ich sukcesu oraz niepowodzeń rynkowych, dzięki czemu studenci zwiększają świadomość roli klienta w rozwoju biznesu.</p>	<p>K_W01 K_W04 K_W07 K_W10 K_K03 K_K04 K_K05</p>
<b>Sektor usług logistycznych</b>	IV	4	<p>Celem przedmiotu jest przekazanie pogłębionej wiedzy z zakresu rozwoju sektora usług logistycznych w Polsce i na świecie. Przedmiot koncentruje się na specyfice i różnorodności nowoczesnych usług logistycznych, ukazuje tendencje rozwoju działalności logistycznej oraz możliwości zastosowania nowych technologii w procesach logistycznych. Studenci dodatkowo nabywają umiejętność prowadzenia badań rynku usług logistycznych.</p>	<p>K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_W10 K_W12 K_U01 K_U03 K_K02 K_K04</p>
<b>Psychologia klienta</b>	IV	2	<p>Celem jest przekazanie pogłębionej wiedzy z zakresu psychologii klienta. Przedmiot przygotowuje do rozwiązywania problemów w przedsiębiorstwie w oparciu o wykorzystanie podstawowej wiedzy o zachowaniach klientów, ich profilach osobowościowych oraz typologii. W ramach przedmiotu studenci nabywają praktyczne umiejętności interpretacji prostych zjawisk psycho-społecznych umożliwiających lepsze efekty we współpracy z klientami. Przedmiot opiera się na założeniu, iż klient jest podstawowym zasobem przedsiębiorstwa, a jego potrzeby determinują w największym stopniu kierunki rozwoju organizacji, będące w kompetencji kadry menedżerskiej najwyższego szczebla.</p>	<p>K_W05 K_W07 K_W09 K_U01 K_U04 K_U05 K_K01 K_K02 K_K04</p>
<b>Zarządzanie personelem handlowym</b>	IV	2	<p>Celem przedmiotu jest przekazanie w stopniu pogłębionym wiedzy z obszaru zarządzania zasobami ludzkimi w działalności handlowej przedsiębiorstw różnego typu. Celem przedmiotu jest rozwijanie umiejętności z zakresu kierowania personelem handlowym, odpowiedniego doboru pracowników oraz optymalizowania sposobów ich motywowania dla osiągnięcia lepszych wyników sprzedaży. Studenci</p>	<p>K_W01 K_W02 K_W03 K_W05 K_W07 K_W08 K_U01 K_U03 K_U05 K_K01</p>

			<p>poznają metody organizacji i kontroli pracy zespołu handlowego, rozumieją problematykę zarządzania zespołem sprzedażowym oraz mają świadomość znaczenia inteligencji emocjonalnej jako czynnika warunkującego proces rekrutacji. Przedmiot kształtuje kompetencje miękkie niezbędne do budowania zespołu handlowego i zarządzania nim uwzględniając przy tym potrzeby menedżerskie kadry wyższego szczebla.</p>	<p>K_K03 K_K05</p>
<p><b>Nowoczesne metody i narzędzia komunikacji z klientem</b></p>	IV	4	<p>Celem przedmiotu jest przekazanie w stopniu pogłębionym wiedzy z zakresu nowoczesnych instrumentów promocji, takich jak: ambient media, reklama porównawcza, produkt placement, Audiomarketing, visual merchandising, advergaming, podcasting, field marketing, marketing mobilny i deskopt marketing. Studenci zapoznają się ze sposobami doboru instrumentarium komunikacyjnego oraz nabywają umiejętność pomiaru efektywności poszczególnych narzędzi.</p>	<p>K_W01 K_W03 K_W04 K_W05 K_W07 K_W10 K_U01 K_U04 K_U05 K_U09 K_K02 K_K04 K_K05</p>

\*Opis efektów uczenia się znajduje się w programie studiów II stopnia umieszczonym na stronie Wydziału