

## 17. Warsztat obsługi klienta



WYŻSZA SZKOŁA HANDLU I USŁUG  
W POZNANIU

### OPIS PRZEDMIOTU

<b>KIERUNEK</b>	Turystyka i rekreacja
<b>SPECJALNOŚĆ</b>	Menager hotelarstwa, wellness &spa
<b>TRYB STUDIÓW</b>	Stacjonarny / niestacjonarny
<b>SEMESTR</b>	5

<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>Warsztat obsługi klienta</b>	MPR_3_18	
<b>Wymiar godzinowy poszczególnych form zajęć</b>	Studia stacjonarne – 30 Studia niestacjonarne - 18		
	• <b>wykłady</b> Studia stacjonarne – 10 Studia niestacjonarne – 8		
	• <b>inne formy</b> Studia stacjonarne – 20 Studia niestacjonarne - 10		
<b>Cele kształcenia:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– przekazanie wiedzy i umiejętności stanowiących podstawowy katalog działalności zawodowej nowoczesnego pracownika rynku usług,</li> <li>– ukształtowanie pro - aktywnej postawy względem wykonywanej pracy, ze szczególnym akcentem na struktury sprzedaży, handlu, negocjacji i obsługi klienta.</li> </ul>		
<b>Efekty kształcenia dla przedmiotu</b>			
<b>Numer</b>	<b>Efekty kształcenia, student/ka, który/a zaliczył/a przedmiot, potrafi:</b>	<b>Odniesienie efektów kształcenia dla programu</b>	<b>Odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru</b>
EK_W01	określić istotę oraz miejsce profesjonalnej obsługi klienta w ogólnej strukturze działalności firmy, uwzględniając wielopłaszczyznowe funkcjonowanie każdej organizacji	K_W10 K_W15	P6S_WG
EK_U02	przeprowadzać prezentację handlową, ze szczególnym uwzględnieniem zasad budowania wizerunku zawodowego;	K_U04	P6S_UW
EK_U03	wykorzystywać wiedzę z zakresu umiejętności interpersonalnych w praktycznych działaniach o charakterze quasi - zawodowym;	K_U02	P6S_UW
EK_U04	podejmować współpracę w celu zbudowania efektywnego zespołu, działającego sprawnie na rzecz osiągnięcia założonego celu;	K_U12	P6S_UK P6S_UO
EK_K05	przyjąć postawę kreatywną, nacechowaną wysokim poziomem otwartości poznawczej, przy zachowaniu świadomości odnośnie etyki działań	K_K09	P6S_KR P6S_KK

	marketingowych.		
--	-----------------	--	--

Numer treści	Treści kształcenia / programowe	Odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
	<b>Wykłady</b>	
T_01	Sprzedaż i usługi wyzwaniem świata pracy w XXI wieku; kompetencja społeczna współczesnego pracownika – próba analizy; profesjonalna obsługa klienta – budowanie relacji w oparciu o świat klienta.	EK_W01

	<b>Ćwiczenia</b>	
T_02	Prokliencki model sprzedaży; wizerunek pożądaný w handlu i usługach; <i>spirala sukcesu</i> wg Eleri Sampson; elementy wizerunku zawodowego; "złodzieje" wizerunku i „niszczyciele” profesjonalizmu.	EK_U02 EK_U03
T_03	Skuteczna komunikacja na płaszczyźnie werbalnej; czynniki wpływające na skuteczność komunikacji międzyludzkiej; pętla sprzężenia zwrotnego w procesie komunikacji; czynniki usprawniające codzienną komunikację – sztuka zadawania pytań/aktywne słuchanie; komunikacja asertywna – między uległością a przemocą; elementy retoryki i erystyki; <i>feedback</i> w komunikacji.	EK_U02 EK_U03 EK_U04 EK_K05
T_04	Skuteczna komunikacja na płaszczyźnie pozawerbalnej; podstawowe elementy komunikacji pozawerbalnej; <i>body language</i> czynnikiem usprawniającym komunikację interpersonalną; błędy w komunikatach pozawerbalnych; skuteczność interpersonalna w wystąpieniach publicznych.	EK_U02 EK_U03 EK_U04
T_05	Konflikt – negocjacje – mediacje; trudne sytuacje w relacji z klientem; obsługa tzw. <i>trudnego klienta</i> ; dział reklamacji jako obszar budowania wiarygodności zawodowej; inteligencja emocjonalna wobec eskalacji konfliktu; inteligencja emocjonalna w praktyce – zasada P-E-U-P.	EK_W01 EK_U02 EK_U03 EK_U04 EK_K05
T_06	Wywieranie wpływu na ludzi – istota zjawiska; podstawowe zasady i techniki wywierania wpływu; wpływ w praktyce; różnica między wpływem a manipulacją; etyka wywierania wpływu.	EK_W01 EK_U02 EK_U03 EK_U04 EK_K05
T_07	Emocje i stres w pracy; zrozumienie fizjologii stresu; panowanie nad gniewem i kontrola agresji; prewencja w zarządzaniu stresem; skuteczne techniki relaksacyjne.	EK_U03 EK_U04 EK_K05

Metody i formy prowadzenia zajęć	Treści kształcenia i programowe
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	
Wykład informacyjny	T_01
Dyskusja	T_06

Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	T_02, T_07, T_04, T_05
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Inne (jakie?) - ...	
...	

<b>Kryteria oceny w odniesieniu do poszczególnych efektów kształcenia</b>				
<b>Efekt kształcenia</b>	<b>Na ocenę 2</b>	<b>Na ocenę 3</b>	<b>Na ocenę 4</b>	<b>Na ocenę 5</b>
EK_W01	Student/ka nie potrafi określić istoty oraz miejsca profesjonalnej obsługi klienta w ogólnej strukturze działalności firmy, przy uwzględnieniu wielopłaszczyznowego funkcjonowania organizacji.	Student/ka potrafi określić istotę oraz miejsce profesjonalnej obsługi klienta w ogólnej strukturze działalności firmy, przy uwzględnieniu wielopłaszczyznowego funkcjonowania organizacji.	Student/ka potrafi określić istotę oraz miejsce profesjonalnej obsługi klienta w ogólnej strukturze działalności firmy, przy uwzględnieniu wielopłaszczyznowego funkcjonowania organizacji oraz podaje trafne przykłady dla funkcjonalnego działania w w/w obszarze.	Student/ka potrafi określić istotę oraz miejsce profesjonalnej obsługi klienta w ogólnej strukturze działalności firmy, przy uwzględnieniu wielopłaszczyznowego funkcjonowania organizacji a także poddaje analizie strukturalnej obszar obsługi klienta – wg podanych przykładów.
EK_U02	Student/ka nie potrafi prawidłowo przeprowadzić prezentacji handlowej, uwzględniając zasady budowania wizerunku zawodowego.	Student/ka potrafi prawidłowo przeprowadzić prezentację handlową uwzględniając zasady budowania wizerunku zawodowego.	Student/ka nie tylko potrafi prawidłowo przeprowadzić prezentację handlową uwzględniając zasady budowania wizerunku zawodowego, ale także wprowadza autorskie elementy do tej prezentacji.	Student/ka nie tylko potrafi prawidłowo przeprowadzić prezentację handlową uwzględniając zasady budowania wizerunku zawodowego, ale także wykazuje wysoki stopień kreatywności w obszarze prezentowanych treści.
EK_U03	Student/ka nie potrafi wykorzystywać wiedzy z zakresu umiejętności interpersonalnych w praktycznych działaniach o charakterze quasi – zawodowym.	Student/ka potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu umiejętności interpersonalnych w praktycznych działaniach o charakterze quasi – zawodowym.	Student/ka nie tylko potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu umiejętności interpersonalnych w praktycznych działaniach o charakterze quasi – zawodowym, ale także uzasadnia użycie konkretnych technik interpersonalnych w oparciu o zdobytą wiedzę.	Student/ka nie tylko potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu umiejętności interpersonalnych w praktycznych działaniach o charakterze quasi – zawodowym, ale także wprowadza własne rozwiązania i generuje zmiany.
EK_U04	Student/ka nie potrafi podejmować współpracy w celu zbudowania efektywnego zespołu,	Student/ka potrafi podejmować współpracę w celu zbudowania efektywnego zespołu,	Student/ka nie tylko potrafi podejmować współpracę w celu zbudowania efektywnego zespołu,	Student/ka nie tylko potrafi podejmować współpracę w celu zbudowania

	działającego sprawnie na rzecz osiągnięcia założonego celu.	działającego sprawnie na rzecz osiągnięcia założonego celu.	działającego sprawnie na rzecz osiągnięcia założonego celu, ale również wykazuje gotowość do przyjęcia konkretnej roli w tym zespole.	efektywnego zespołu, działającego sprawnie na rzecz osiągnięcia założonego celu, ale również wykazuje wysoki stopień inicjatywy w oparciu o zasady przywództwa.
EK_K05	Student/ka nie przyjmuje postawy kreatywnej, nacechowanej wysokim poziomem otwartości poznawczej, przy zachowaniu świadomości odnośnie etyki działań marketingowych.	Student/ka w podstawowym stopniu próbuje przyjąć postawę kreatywną, nacechowaną wysokim poziomem otwartości poznawczej i wykazuje świadomość odnośnie etyki działań marketingowych.	Student/ka w zadowalającym stopniu próbuje przyjąć postawę kreatywną, nacechowaną wysokim poziomem otwartości poznawczej i wykazuje świadomość odnośnie etyki działań marketingowych.	Student/ka z pełnym zaangażowaniem przyjmuje postawę kreatywną, nacechowaną wysokim poziomem otwartości poznawczej i wykazuje świadomość odnośnie etyki działań marketingowych.

Weryfikacja efektów kształcenia	Symbole EK dla modułów/zajęć/przedmiotu				
	W01	U02	U03	U04	K05
Egzamin pisemny					
Egzamin ustny					
Zaliczenie pisemne					
Zaliczenie ustne	X	X	X	X	X
Kolokwium pisemne					
Kolokwium ustne	X	X	X	X	X
Test					
Projekt					
Praca pisemna					
Raport					
Prezentacja multimedialna					
Praca podczas ćwiczeń	X	X	X	X	X
Inne (jakie?) -					

Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta	Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	10	8
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)	20	10
3. Konsultacje z nauczycielem	-	-
<b>Razem 1+2+3</b>	<b>30</b>	<b>18</b>
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)	—	—
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)	20	32
<b>Razem 4+5</b>	<b>20</b>	<b>32</b>
<b>SUMA 1+2+3+4+5</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
<b>Łącznie punktów ECTS wg planu studiów</b>	<b>2</b>	

<b>Literatura podstawowa</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aronson E., <i>Człowiek istota społeczna</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004</li> <li>2. Cialdini R., <i>Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka</i>, GWP, Gdańsk 2004</li> <li>3. Goleman D., <i>Inteligencja emocjonalna w praktyce</i>, Media Rodzina, Poznań 1999</li> <li>4. Wojciszke B., <i>Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej</i>, Wydawnictwo Naukowe Scholar 2002</li> </ol>
<b>Literatura uzupełniająca</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alberti R., Emmons M., <i>Asertywność. Sięgaj po to, czego chcesz, nie raniąc innych</i>, GWP, Gdańsk 2004</li> <li>2. Argyle M., Domachowski W. (red.), <i>Reguły życia społecznego</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994</li> <li>3. Armstrong M., <i>Jak być lepszym menedżerem</i>, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1997</li> <li>4. Gordon T., <i>Wychowanie bez porażek szefów, liderów, przywódców</i>, Instytut Wydawniczy PAX 1996</li> <li>5. Hartley M., <i>Jak słuchać, by ludzie do nas mówili</i>, Wydawnictwo Feeria, Łódź 2007</li> <li>6. Litzke M., Schuh H., <i>Stres, mobbing i wypalenie zawodowe</i>, GWP Gdańsk 2007</li> <li>7. Nęcki Z., <i>Komunikacja międzyludzka</i>, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1996</li> <li>8. Stankiewicz J., <i>Komunikowanie się w organizacji</i>, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2006</li> <li>9. Śmieja M., Orzechowski J. (red.), <i>Inteligencja emocjonalna. Fakty, mity, kontrowersje</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008</li> <li>10. Stewart J., <i>Mosty zamiast murów Podręcznik komunikacji interpersonalnej</i>, PWN, Warszawa 2008</li> <li>11. Zimbardo P., Leippe M., <i>Psychologia zmiany postaw i wpływu społecznego</i>, Wydawnictwo Zys i S-ka, Poznań 2004</li> </ol>