

Zarządzanie relacjami z klientami

1. OPIS SPECJALNOŚCI

Wobec postępującej technicyzacji i wirtualizacji życia społecznego i gospodarczego maleje zapotrzebowanie na pracowników wykonujących czynności powtarzalne i zautomatyzowane, ponieważ takie prace będą w coraz większym stopniu realizowane przez nieustannie unowocześniane roboty. Tym samym wzrośnie popyt na pracowników o specyficznej wiedzy i zdolnościach, których nie da się zastąpić maszynami ze względu na ich typowo ludzkie umiejętności, czyli tzw. miękkie kompetencje.

Zarządzanie relacjami z klientami jest oferowaną na II stopniu specjalnością, która stanowi odpowiedź na powyższe zmiany na rynku pracy. Nie rezygnując z poszerzania wiedzy studentów w obszarze nowoczesnych technologii, specjalność ta ma kształtować pogłębione umiejętności interpersonalne, służące nawiązywaniu osobistych kontaktów z różnymi podmiotami rynku, wypracować postawy lojalności i zaangażowania, a także gotowość do rozwiązywania problemów w drodze mediacji, negocjacji, a przede wszystkim skutecznej komunikacji. Tym, co wyróżnia specjalność jest jej interdyscyplinarny charakter oraz koncentracja na rozwijaniu kompetencji i umiejętności, które pozwolą studentom sprawnie realizować zadania związane z kreowaniem bliskich i trwałych relacji między firmą i jej klientami.

W ofercie przedmiotów prowadzonych na specjalności znajdują się m.in:

- Obsługa klienta i zarządzanie reklamacjami,
- Mediacje i negocjacje w relacjach rynkowych,
- Nowe media w relacjach z klientami,
- CSR i etyczne aspekty relacji z klientami.

2. CZEGO SIĘ NAUCZYSZ

Studia na specjalności Zarządzanie relacjami z klientami pozwalają:

- poznać specyfikę oraz sposoby kształtowania i zarządzania relacjami z klientem,
- zdobyć umiejętność efektywnej komunikacji z różnymi podmiotami rynku,
- poznać metody kreowania satysfakcji i lojalności klienta przy wykorzystaniu nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych,
- zdobyć wiedzę na temat skutecznych systemów sprzedaży, zwiększania efektywności pracy handlowców i jej oceny,
- opanować umiejętność organizowania i realizowania badań rynkowych, w tym profilowania i segmentacji klientów,
- zyskać wiedzę dotyczącą polityki zrównoważonego rozwoju w UE i umiejętność rozwijania działań na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu,

- nauczyć się jak rozstrzygać spory w drodze negocjacji i mediacji rynkowych, poznać prawa z zakresu ochrony interesów konsumenta.

3. GDZIE ZNAJDZIESZ ZATRUDNIENIE

Absolwenci specjalności Zarządzanie relacjami z klientami mogą wybrać karierę w:

- działach obsługi klienta i działach sprzedaży małych, średnich i dużych przedsiębiorstw handlowych, usługowych i produkcyjnych,
- instytucjach finansowych, korporacjach, firmach państwowych i prywatnych na stanowisku specjalisty ds. zarządzania relacjami z klientem,
- podmiotach działających na rzecz ochrony interesów konsumentów, w tym w instytucjach pozasądowego rozstrzygania sporów oraz biurach Powiatowych Rzeczników Konsumentów,
- organizacjach pozarządowych, spółdzielniach społecznych i innych organizacjach, dla których podstawą działalności jest budowanie i utrzymywanie trwałych relacji z grupami interesariuszy,
- biurach marketingu i agencjach public relations.

Zdobyta wiedza i umiejętności ułatwią też absolwentom prowadzenie własnej działalności gospodarczej.

4. DODATKOWE INFORMACJE

- Na zajęcia z poszczególnych przedmiotów zapraszani są reprezentanci praktyki, a najbardziej zaangażowani studenci mają szanse na atrakcyjne staże w wiodących firmach regionu.
- Specjalność współpracuje z Powiatowymi/Miejskimi Rzecznikami Konsumentów i przedstawicielami organizacji konsumenckich (w ramach zajęć z przedmiotu „Prawa konsumentów w relacjach rynkowych”).
- Specjalność współpracuje z Sądem Arbitrażowym przy Regionalnej Izbie Gospodarczej i Górnośląskim Towarzystwie Gospodarczym w Katowicach oraz Stałym Polubownym Sądem Arbitrażowym przy Wojewódzkiej Inspektoracie Inspekcji Handlowej w Katowicach (w ramach zajęć z przedmiotów „Mediacje i negocjacje w relacjach rynkowych” i „Prawa konsumentów w relacjach rynkowych”).
- Specjalność prowadzona jest przez Katedrę Badań Konsumpcji, przy której działa koło naukowe AwareNet Club.