

KARTA PRZEDMIOTU

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych
Kurs	Zarządzanie projektem marketingowym
Poziom kształcenia	Studia I/II stopnia
Profil kształcenia	praktyczny
Osoba odpowiedzialna	

2. WYMAGANIA WSTĘPNE (wynikające z następstwa przedmiotów)

Podstawy zarządzania Komunikacja społeczna

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ I SPOSÓB REALIZACJI ZAJĘĆ

3.1. Cele przedmiotu

C1	Zapoznanie studenta z podstawowymi zagadnieniami związanymi budowaniem relacji i sieciowaniem
C2	Rozbudzanie potencjału studenta w zakresie zdobywania nowych klientów, growth hackingu
C3	Przygotowanie studenta do budowania pozytywnych relacji z klientem
C5	Przygotowanie studenta do pełnienia różnych ról, wynikających z realizowanego projektu
C6	Zapoznanie studenta z podstawowymi narzędziami wspomagającymi realizację projektu
C7	Wykształcenie umiejętności tworzenia, analizowania i wykorzystywania briefu

3.2. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się dla kursu

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kursu
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie WIEDZY		
P_W01	Zna i rozumie dobre praktyki i narzędzia poszukiwania przyczyn problemów (np.. 5 why; diagram Ishikawy)	W02
P_W02	Zna i rozumie typologię klientów i techniki sprzedażowe oraz techniki negocjacyjne	W06
P_W03	Zna i rozumie zasady przygotowywania ofert, prezentacji produktu, eksponowania korzyści i przystępowania do przetargów/konkursów	W08
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI		
P_U01	Potrafi utrzymywać bieżący kontakt z klientem, koordynować przepływ informacji oraz rozwiązywanie pojawiających się problemów we współpracy z osobami z różnych działów	U02
P_U02	Potrafi facylitować procesy grupowe	U06
P_U03	Potrafi na podstawie wytycznych klienta i jego celów przygotować brief na kampanię reklamową.	U07
P_U04	Potrafi przygotowywać prezentacje (ppt, key note) dla klientów oraz efektywnie prowadzić prezentacje - profesjonalnie przedstawiać rekomendacje oraz ofertę w sposób zrozumiały dla interesariuszy, prezentować warunki oferty językiem korzyści;	U11
P_U05	Potrafi wspierać proces decyzyjny klientów, opracowywać scenariusze wariantowe oferty, wymieniać alternatywne opcje, przedstawiać własną opinię i argumenty dotyczące oferty, promować korzyści sprzedawanych towarów oraz wskazywać wartości dodane ze współpracy	U12
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH		
P_K01	Potrafi negocjować - nawiązywać kontakt z klientem, podtrzymywać jego zainteresowanie, rozwiewane wątpliwości i doprowadzanie do finalizacji sprzedaży, realizować sprzedaż w sposób zapewniający	K01

	ponowne zakupy klienta i jego rekomendację do innych klientów wykorzystując potencjał już zdobytych kontaktów z klientami	
P_K02	Potrafi efektywnie się komunikować – formułować rzeczowe komunikaty i argumenty, zadawać umiejętnie pytania, aktywnie słuchać, kreować klimat do wymiany myśli i opinii, przekonywać przy zachowaniu dobrych relacji	K02
P_K03	Potrafi być zorientowanym na klienta - umiejętnie wysłuchać, analizować uświadomione oraz nieuświadomione potrzeby klienta i adekwatnie przełożyć to realizowane zadania.	K03
P_K04	Potrafi dążyć do rozwoju - nieustannie poszerzać swoje kompetencje, stwarzać i wykorzystywać sposobność do ich nabywania	K05
P_K05	Budować i utrzymywać relacje biznesowe z klientami oparte o partnerstwo, budowanie zaufania do firmy i marki	K06
P_K06	Potrafi wykazywać asertywną postawę i odporność na naciski – radzić sobie z krytyką, przyjmować konstruktywny feedback, potrafić wyrażać własne stanowisko	K08

3.3. Formy zajęć dydaktycznych oraz wymiar godzin i punktów ECTS

W	K	Ćw	L	ZP	P	eL	ECTS
-	-	10	-	-	-	-	1

3.4. Metody realizacji zajęć dydaktycznych

Formy zajęć	Metoda realizacji
Ćwiczenia	Wykład interaktywny, dyskusja, Referat grupowy/prezentacja, Praca z case studies

3.5. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć)

ĆWICZENIA

Lp.	Treści kształcenia realizowane w ramach ćwiczeń
Ćw1	Podstawowe zagadnienia i pojęcia związane z budowaniem relacji wewnętrznych i zewnętrznych
Ćw2	Brief i jego znaczenie w komunikacji z klientem
Ćw3	Brief i jego znaczenie w komunikacji z zespołem projektowym
Ćw4	Komunikacji i relacje a proces projektowy

Ćw5	Narzędzi wspomagające komunikację, budowanie relacji i zarządzanie nimi
Ćw6	Dokumenty projektowe wspomagające komunikację

3.6. Korelacja pomiędzy efektami uczenia się, celami przedmiotu, a treściami kształcenia

Efekt uczenia się	Cele przedmiotu	Treści kształcenia
P_W01	C1, C2, C3, C4, C5	Ćw1, Ćw2, Ćw3
P_W02	C2, C3, C6	Ćw2, Ćw4
P_W03	C1, C3, C4, C5	Ćw1, Ćw2, Ćw3, Ćw6
P_U01	C1, C2, C3, C6	Ćw2, Ćw4, Ćw5, Ćw6
P_U02	C3, C4	Ćw4
P_U03	C6	Ćw2, Ćw3, Ćw5, Ćw6
P_U04	C2, C3, C6	Ćw1, Ćw4, Ćw5, Ćw6
P_U05	C2, C3, C4	Ćw1, Ćw2, Ćw4, Ćw6
P_K01	C2, C3, C4	Ćw2, Ćw4
P_K02	C4, C5, C6	Ćw2, Ćw3, Ćw4
P_K03	C2, C3	Ćw2, Ćw4, Ćw5
P_K04	C1	Ćw1, Ćw4, Ćw5
P_K05	C2, C3, C4	Ćw2, Ćw3, Ćw4
P_K06	C2, C3, C4	Ćw2, Ćw3, Ćw4

3.7. Metody weryfikacji efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Metoda oceny	Forma zajęć, w ramach której następuje weryfikacja efektu
P_W01	Zaliczenie pisemne – zadania otwarte i zamknięte Zadanie problemowe – nisko symulowane Obserwacja w trakcie zajęć	Ćwiczenia
P_W02		
P_W03		
P_U01		
P_U02		
P_U03		
P_U04		
P_U05		
P_K01		

P_K02		
P_K03		
P_K04		
P_K05		
P_K06		

3.8. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Na ocenę 2 student nie potrafi	Na ocenę 3 student potrafi	Na ocenę 4 student potrafi	Na ocenę 5 student potrafi
P_W01	Nie zna i nie rozumie dobrych praktyk i narzędzi poszukiwania przyczyn problemów (np.. 5 why; diagram Ishikawy)	Zna dobre praktyki poszukiwania przyczyn problemów (np.. 5 why; diagram Ishikawy)	Zna dobre praktyki i narzędzia poszukiwania przyczyn problemów (np.. 5 why; diagram Ishikawy)	Zna i rozumie dobre praktyki i narzędzia poszukiwania przyczyn problemów (np.. 5 why; diagram Ishikawy)
P_W02	Nie zna i nie rozumie typologii klientów i technik sprzedażowych oraz technik negocjacyjnych	Zna i rozumie typologię klientów	Zna i rozumie typologię klientów i techniki sprzedażowe	Zna i rozumie typologię klientów i techniki sprzedażowe oraz techniki negocjacyjne
P_W03	Nie zna i nie rozumie zasad przygotowywania ofert, prezentacji produktu, eksponowania korzyści i przystępowania do przetargów/konkursów	Zna i rozumie zasady przygotowywania ofert	Zna i rozumie zasady przygotowywania ofert, prezentacji produktu, eksponowania korzyści	Zna i rozumie zasady przygotowywania ofert, prezentacji produktu, eksponowania korzyści i przystępowania do przetargów/konkursów

P_U01	utrzymywać bieżącego kontaktu z klientem, koordynować przepływ informacji oraz rozwiązywania pojawiających się problemów we współpracy z osobami z różnych działów	utrzymywać bieżący kontakt z klientem, koordynować przepływ informacji	utrzymywać bieżący kontakt z klientem, koordynować przepływ informacji oraz rozwiązywanie pojawiających się problemów bazując na własnym dziale	utrzymywać bieżący kontakt z klientem, koordynować przepływ informacji oraz rozwiązywanie pojawiających się problemów we współpracy z osobami z różnych działów
P_U02	facylitować procesów grupowych	facylitować procesy grupowe w podstawowym zakresie	facylitować procesy grupowe na średni poziomie pewności	facylitować procesy grupowe na wysokim poziomie pewności i zrozumienia
P_U03	na podstawie wytycznych klienta i jego celów przygotować briefu na kampanię reklamową	na podstawie wytycznych klienta przygotować podstawowy brief na kampanię reklamową.	na podstawie wytycznych klienta i jego celów przygotować podstawowy brief na kampanię reklamową.	na podstawie wytycznych klienta i jego celów przygotować brief na kampanię reklamową.
P_U04	przygotowywać prezentacji (ppt, key note) dla klientów oraz efektywnie prowadzić prezentacji - profesjonalnie przedstawiać rekomendacji oraz oferty w sposób	przygotowywać prezentacje (ppt, key note) dla klientów oraz efektywnie prowadzić prezentacje	przygotowywać prezentacje (ppt, key note) dla klientów oraz efektywnie prowadzić prezentacje - profesjonalnie przedstawiać rekomendacje oraz ofertę w sposób	przygotowywać prezentacje (ppt, key note) dla klientów oraz efektywnie prowadzić prezentacje - profesjonalnie przedstawiać rekomendacje oraz ofertę w

	zrozumiały dla interesariuszy, prezentować warunków oferty językiem korzyści;		zrozumiały dla interesariuszy	sposób zrozumiały dla interesariuszy, prezentować warunki oferty językiem korzyści;
P_U05	wspierać procesu decyzyjnego klientów, opracowywać scenariuszy wariantowych oferty, wymieniać alternatywnych opcji, przedstawiać własnej opinii i argumentów dotyczących oferty, promować korzyści sprzedawanych towarów oraz wskazywać wartości dodanych ze współpracy	wspierać proces decyzyjny klientów, opracowywać scenariusze wariantowe oferty, wymieniać alternatywne opcje	wspierać proces decyzyjny klientów, opracowywać scenariusze wariantowe oferty, wymieniać alternatywne opcje, przedstawiać własną opinię i argumenty dotyczące oferty,	wspierać proces decyzyjny klientów, opracowywać scenariusze wariantowe oferty, wymieniać alternatywne opcje, przedstawiać własną opinię i argumenty dotyczące oferty, promować korzyści sprzedawanych towarów oraz wskazywać wartości dodane ze współpracy
P_K01	negocjować - nawiązywać kontaktu z klientem, podtrzymywać jego zainteresowania, rozwiewania wątpliwości i doprowadzania do finalizacji sprzedaży, realizować	Potrafi negocjować - nawiązywać kontakt z klientem, podtrzymywać jego zainteresowanie, rozwiewane wątpliwości i doprowadzanie do finalizacji sprzedaży, realizować sprzedaż w sposób zapewniający ponowne zakupy klienta i jego rekomendację do innych klientów wykorzystując potencjał już zdobytych kontaktów z klientami		

	<p>sprzedaży w sposób zapewniający ponowne zakupy klienta i jego rekomendację do innych klientów wykorzystując potencjał już zdobytych kontaktów z klientami</p>	
P_K02	<p>efektywnie się komunikować – formułować rzeczowych komunikatów i argumentów, zadawać umiejętnie pytań, aktywnie słuchać, kreować klimatu do wymiany myśli i opinii, przekonywać zachowując dobrych relacji</p>	<p>efektywnie się komunikować – formułować rzeczowe komunikaty i argumenty, zadawać umiejętnie pytania, aktywnie słuchać, kreować klimat do wymiany myśli i opinii, przekonywać przy zachowaniu dobrych relacji</p>
P_K03	<p>być zorientowanym na klienta - umiejętnie wysłuchać, analizować uświadomionych oraz nieświadomionych potrzeby klienta i adekwatnie przełożyć to</p>	<p>Potrafi być zorientowanym na klienta - umiejętnie wysłuchać, analizować uświadomione oraz nieświadomione potrzeby klienta i adekwatnie przełożyć to realizowane zadania.</p>

	realizowane zadania.	
P_K04	dążyć do rozwoju - nieustannie poszerzając swoje kompetencje, stwarzać i wykorzystywać sposobności do ich nabywania	dążyć do rozwoju - nieustannie poszerzać swoje kompetencje, stwarzać i wykorzystywać sposobność do ich nabywania
P_K05	budować i utrzymywać relacji biznesowych z klientami opartych o partnerstwo, budowanie zaufania do firmy i marki	budować i utrzymywać relacje biznesowe z klientami oparte o partnerstwo, budowanie zaufania do firmy i marki
P_K06	wykazywać asertywnej postawy i odporności na naciski- radzić sobie z krytyką, przyjmować konstruktywnego feedback'u, potrafić wyrażać własnego stanowiska,	wykazywać asertywną postawę i odporność na naciski- radzić sobie z krytyką, przyjmować konstruktywny feedback, potrafić wyrażać własne stanowisko

3.9. Literatura

Covey Stephen R., 7 NAWYKÓW SKUTECZNEGO DZIAŁANIA, Rebis, 2020
Żeromski Mateusz, Budowanie zespołu. Młotek Scrum Mastera, Helion, Gliwice 2020
Jaworowicz M., Jaworowicz P., Skuteczna komunikacja w nowoczesnej organizacji, Difin, 2021
Ozenc K., Hagan M., Kreatywne rytuały przydatne w pracy, MT Biznes, 2020
Wojciechowska K., Customer experience management moc pozytywnych doświadczeń na ścieżce twojego klienta, Onepress, 2020

4. NAKŁAD PRACY STUDENTA - BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaje aktywności	Obciążenie studenta
Udział w C (UB)	10 h
Konsultacje do C (UB)	2 h
Samodzielne przygotowanie się do C, w tym przygotowanie do zaliczenia	12 h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	24 h
Punkty ECTS za przedmiot	1 ECTS
Punkty ECTS za zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów (UB)	1 ECTS
Punkty ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (PZ)	1 ECTS

