FIŞA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	**Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași**
1.2 Facultatea	**Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor**
1.3 Departamentul	**Management, Marketing si Administrarea Afacerilor**
1.4 Domeniul de studii	**Administrarea afacerilor**
1.5 Ciclul de studii	**Master**
1.6 Programul de studii / Calificarea	**Managementul Organizațiilor**

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei			**MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII**				
2.2 Titularul activităților de curs			**Conf. Dr. Claudia Stoian**				
2.3 Titularul activităților de seminar			**Lect. Dr. Gabriela Boldureanu**				
2.4 An de studiu	**2**	**2.5** Semestru	**3**	**2.6** Tip de evaluare	**E**	**2.7** Regimul disciplinei	**OP**

** OB – Obligatoriu / OP – Opțional*

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	**3**	din care:	curs	**2**	seminar/laborator	**1**
3.2 Total ore din planul de învățământ	**42**	din care:	curs	**28**	seminar/laborator	**14**
3.3 Distribuția fondului de timp						ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele						**38**
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						**35**
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						**20**
Tutoriat						**10**
Examinări						**5**
Alte activități.....						

3.4 Total ore studiu individual	**108**
3.5 Total ore pe semestru	**150**
3.6 Număr de credite	**6**

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	**-**
4.2 De competențe	**-**

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	-
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	-

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	**C1.** UTILIZAREA ADECVATĂ A CONCEPTELOR, METODELOR, TEHNICILOR ŞI INSTRUMENTELOR DE MRC **C2.** IMPLEMENTAREA UNEI CAMPANII DE MRC **C3.** REALIZAREA UNEI CERCETARI IN DOMENIUL MRC
Competențe transversale	**CT1.** IDENTIFICAREA ROLURILOR ŞI RESPONSABILITĂŢILOR ÎNTR-O ECHIPĂ PLURISPECIALIZATĂ ŞI APLICAREA DE TEHNICI DE RELAŢIONARE ŞI MUNCĂ EFICIENTĂ ÎN CADRUL ECHIPEI

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Dobândirea si intelegerea bazei teoretice specifice managementului relatiilor cu clientii, a abilităţilor de aplicare în practică a cunoştinţelor teoretice, ca şi formarea deprinderii generale de a observa, analiza, interpreta şi oferi soluţii problemelor de management al relatiilor cu clientii intr-o firma/întreprindere/organizatie/institutie.
7.2. Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: ▪ cunoască terminologia specifică managementului relațiilor cu clienții ▪ cunoască tehnicile de atragere a clienților ▪ cunoască tehnicile de fidelizare a clienților ▪ realizeze o campanie de management al relațiilor cu clienților

8. Conținut

8.1	**Curs**	**Metode de predare**	**Observații** (ore și referințe bibliografice)
1.	INTRODUCERE ÎN MANAGEMENTUL RELAŢIILOR CU CLIENŢII	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
2.	CONCEPTE DE BAZA IN MANAGEMENTUL RELATIILOR CU CLIENTII PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT prezentari	2 ore (1,2,3,4)
3.	COMPONENTELE MANAGEMENTULUI RELAŢIILOR CU CLIENŢII	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
4.	ORIENTAREA SPRE CLIENT PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)

5.	ETAPELE PROCESULUI DE MRC PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	Curs practic	2 ore (1,2,3,4)
6.	MARKETING DIRECT – BAZE DE DATE PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
7.	MARKETING DIRECT –APLICAŢII PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
8.	ATRAGEREA CLIENŢILOR PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
9.	PĂSTRAREA CLIENŢILOR ŞI TRANSFORMAREA LOR ÎN CLIENŢI LOIALI PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
10.	Studiu individual	-	Din materia anunțată la curs
11.	SATISFACŢIA CLIENŢILOR PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
12.	TEHNICI DE E-CRM PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
13.	Studiu individual PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	-	2 ore (1,2,3,4)
14.	RECAPITULARE PREZENTARE EXEMPLE STUDENTI	curs interactiv	2 ore (1,2,3,4)

Bibliografie
Referințe principale:

1. Reynolds, J. – A practical guide to CRM. Building more profitable Customer Relationships, CMP Books, New York, 2002.
2. Bergeron, B. – Essentials of CRM. A guide to Customer Relationship Management, John Wiley & Sons, Inc., New York, 2002.
3. Little, E si Marandi, E. – Relationship Marketing Management, Thomson, 2002.
4. Zait A., Anton O.C., Olaru O. – Marketing direct, SedcomLibris, Iasi, 2006.

Referințe suplimentare:
Vor fi oferite pe perioada derulării cursului prin intermediul platformei Blackboard Learn FEAA.

8.2	**Seminar / Laborator**	**Metode de predare**	**Observații** (ore și referințe bibliografice)
1.	Cunoaștere; prezentarea metodei de lucru și de evaluare	Discuții libere	2 ore
2.	Noțiuni generale. Aplicaţii	Expunere, dezbatere, studii de caz. Formare echipe de 2 persoane	2 ore (1,2,3,4)
3.	Proiect de semestru. Atragerea clienţilor la nivelul unei firme. Tehnici şi metode manageriale	Predare interactivă, metoda problematizării, discuţii libere, prezentare proiecte	8 ore (1,2,3,4)

4.	Seminar final	Rezultate, evaluare seminar	2 ore

Bibliografie

1. Reynolds, J. – A practical guide to CRM. Building more profitable Customer Relationships, CMP Books, New York, 2002.
2. Bergeron, B. – Essentials of CRM. A guide to Customer Relationship Management, John Wiley & Sons, Inc., New York, 2002.
3. Little, E si Marandi, E. – Relationship Marketing Management, Thomson, 2002.
4. Zaiț Dumitru, Spalanzani Alain, Zaiț Adriana. - Construcția strategică a cercetării. Opțiuni metodologice – între logic și euristic, Ed. Sedcom Libris, Iași, 2015

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului

Conținutul disciplinei este adaptat cerințelor angajatorilor reprezentativi din domeniul aferent programului. Acest conținut include prezentarea și aplicarea metodelor de cercetare care se utilizează frecvent în practica de afaceri, pentru a investiga motivațiile de consum și cumpărare ale consumatorilor.
Planul de învățământ și conținutul disciplinei sunt discutate periodic cu reprezentanții mediului de afaceri care activează pe plan local și național.

10. Evaluare

Tip activitate	**10.1 Criterii de evaluare**	**10.2 Metode de evaluare**	**10.3 Pondere în nota finală (%)**
10.4 Examen	Calitatea testului scris	Test scris examen (din toată materia prezentată la curs și din suportul de curs)	40%
10.5 Evaluare pe parcurs (Curs si seminar)	Activitate curs – 15% Seminar – 45% Cerințele sunt prezentate la curs și la seminar	Verificare orală, proiecte, prezentări	60%
10.6 Standard minim de performanță			
Nota finală – minim 4.50			

Data completării
20.09.2018

Titular de curs
Conf. Dr Claudia Bobâlcă

Titular de seminar
Lect. Dr. Gabriela Boldureanu

Data avizării
26.09.2018

Director de departament

Prof. dr. Valentin Niță