



FIȘA 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 și Administrarea Afacerilor
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Master
1.6 Programul de studii / Calificarea	Management turistic și hotelier

2. Date despre disciplină

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

* OB – Obligatoriu / OP – Opțional

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care:	curs	2	seminar/laborator	2
3.2 Total ore din planul de învățământ	56	din care:	curs	28	seminar/laborator	28
3.3 Distribuția fondului de timp						ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele						34
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren						25
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri						20
Tutoriat						10
Examinări						5
Alte activități.....						
3.4 Total ore studiu individual						94
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	-- Profesorul și studenții trebuie să aibă acces la internet și să dispună de mijloace tehnice necesare desfășurării activității online.
5.2 De desfășurare a seminarului/laboratorului	-- Profesorul și studenții trebuie să aibă acces la internet și să dispună de mijloace tehnice necesare desfășurării activității online.





6. Competențe specifice acumulate

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

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)

7.1. Obiectivul general	Dobândirea și înțelegerea bazei teoretice specifice managementului relațiilor cu clienții, a abilităților de aplicare în practică a cunoștințelor teoretice, ca și formarea deprinderii generale de a observa, analiza, interpreta și oferi soluții problemelor de management al relațiilor cu clienții într-o firmă/întreprindere/organizație/instituție.
7.2. Obiectivele specifice	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: <ul style="list-style-type: none">▪ 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 RELAȚIILOR CU CLIENȚII	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 RELAȚIILOR CU CLIENȚII	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
4.	ORIENTAREA SPRE CLIENT PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
5.	ETAPELE PROCESULUI DE MRC PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
6.	MARKETING DIRECT – BAZE DE DATE PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
7.	MARKETING DIRECT – APLICAȚII PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
8.	ATRAGEREA CLIENȚILOR PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
9.	PĂSTRAREA CLIENȚILOR ȘI TRANSFORMAREA LOR ÎN CLIENȚI LOIALI PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
10.	CERCETAREA SATISFAȚIEI CLIENȚILOR	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
11.	SATISFAȚIA CLIENȚILOR PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
12.	TEHNICI DE E-CRM PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	curs interactiv PPT	2 ore (1,2,3,4)
13.	Studiu individual PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	-	2 ore (1,2,3,4)
14.	RECAPITULARE PREZENTARE EXEMPLE STUDENȚI	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 și 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.	Noțiuni generale	Studii de caz	2 ore (1,2,3,4)





2.	Aplicații si lucru cu fișiere	Exercitii și studii de caz	2 ore (1,2,3,4)
3.	Instrumentul SERVQUAL	Dezbateri, lucru în echipă	2 ore (1,2,3,4)
4.	Studiu de caz I	Studiu de caz	2 ore (1,2,3,4)
5.	CRM – softuri	Prezentări individuale	2 ore (1,2,3,4)
6.	Mini-plan de MD	Aplicație	2 ore (1,2,3)
7.	Verificarea instrumentului pentru proiect	Discuții	2 ore (1,2,3,4)
8.	Aplicație	Aplicație	2 ore (1,2,3,4)
9.	Aplicație – campanie de promovare	Aplicație	2 ore (1,2,3,4)
10.	Studiu de caz II	studiu de caz	2 ore (1,2,3,4)
11.	Studiu de caz III	studiu de caz	2 ore (1,2,3,4)
12.	Prezentări proiecte I	prezentări, dezbateri	2 ore (1,2,3,4)
13.	Prezentări proiecte II	prezentări, dezbateri	2 ore (1,2,3,4)
14.	Feedback	feedback	2 ore (1,2,3,4)

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. Zait A., Anton O.C., Olaru O. – Marketing direct, SedcomLibris, Iasi, 2006.

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 Curs	Activitate curs (prezentare) – 10% Prezentarea se face individual, la orele de curs. Fiecare student prezintă un studiu de MRC din România sau din străinătate	Verificare orală	10%
10.5 Seminar	Activitatea de evaluare curentă (calitatea proiectelor și a studiilor de caz) Seminar – 50% din care: -test neanunțat - 15% -proiect- 25% -aplicatie prezentare- 10%	Verificare orală, proiecte, prezentări	50%
10.5 Examen	Calitatea testului scris	Test scris	40%
10.6 Standard minim de performanță			
Nota finală – minim 5			
Orice tentativă de copiere la testul de la curs/seminar sau la proiectele de seminar duce la exmatricularea studentului/studentei.			

Data completării
20.09.2021

Titular de curs
Conf. Dr Gabriela Boldureanu

Titular de seminar
Conf. Dr Oana Țugulea

Data avizării
22.09.2021

Director de departament

Conf. dr. Stefan Andrei Neșțian

