

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
1.2 Facultatea	Economie și Administrarea Afacerilor
1.3 Departamentul	Economie
1.4 Domeniul de studii	Administrarea afacerilor
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii	Administrarea afacerilor în alimentația publică

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIEȚII				
2.2 Titularul activităților de curs					
2.3 Titularul activităților de seminar					
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	V
2.7 Regimul disciplinei	Op				

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	44	din care: 3.5 curs	22	3.6 seminar/laborator	22
Distribuția fondului de timp					ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					26
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					10
Examinări					10
Alte activități.....					
3.7 Total ore studiu individual	81				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Microeconomie, Management, Marketing, Matematica, Informatica, Comportamentul consumatorului, Limba engleza
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Înșușirea cunoștințelor și abilităților cerute de disciplinele menționate la preconditionii legate de curriculum.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Studentii vor fi prezenți la prelegeri și proiecte, respectând normele de conduită socială, civică, responsabilități și reguli ale practicii universitare. Studentii au obligația studiului și preocupării însușirii tuturor cunoștințelor transmise și formarea aptitudinilor necesare pentru integrarea corespunzătoare în standardele de specializare ale domeniului de ocupare pe piața muncii. Să respecte, programul orar (curs și seminar) prevăzut
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Verificarea pregătirii și asimilării cunoștințelor de către studenți se va face pe toată perioada de studii prevăzută în planul de învățământ în cadrul orelor de seminar prin verificarea însușirii instrumentelor și metodelor de rezolvare a aplicațiilor pe fiecare capitol. Absența studentului, la evaluarea aplicativă de la seminar și nerespectarea obligației de a fi evaluat la termenul stabilit, fără existența unui motiv bine întemeiat, va genera pierderea examinării finale a acestuia.



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> • Demararea, organizarea, conducerea și coordonarea proceselor specifice din alimentația publică; • Planificarea fluxurilor, proceselor și sistemelor tehnice, economice, financiare și socio-culturale în unitățile de alimentație publică; controlul și evaluarea acestor activități; • Gestionarea sistemelor de informații: aplicații software - operare și customizare, bazate pe indicatori specifici domeniului; • Comercializarea produselor/serviciilor; • Gestionarea relațiilor cu clienții și furnizorii; • Competențe privind planificarea strategică, managementul resurselor umane, tehnici de conducere, metode de producție, gestiunea unor portofolii financiare; • Capacitatea de a exercita valorile gândirii critice și creative în procesul de adoptare a deciziilor în situații complexe, de a gestiona optim arhitectura partenerială și de a practica managementul proceselor; • Organizarea deșeurilor în vederea reciclării; • Aplicarea măsurilor pentru protecția mediului și utilizarea energiilor regenerabile; • Utilizarea produselor bio
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicarea, în mod responsabil, a principiilor, normelor și valorilor eticii profesionale în realizarea sarcinilor profesionale și identificarea obiectivelor de realizat, a resurselor disponibile, a etapelor de lucru, a duratelor de execuție, a termenelor de realizare și a riscurilor aferente; • Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă pluridisciplinară și aplicarea de tehnici de relaționare și munca eficientă în cadrul echipei; • Identificarea oportunităților de formare continuă și utilizarea eficientă, pentru propria dezvoltare, a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională asistată (portaluri Internet, aplicații software de specialitate, baze de date, cursuri on-line etc.) atât în limba română, cât și într-o limbă de circulație internațională; • Competențe digitale

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> • Explorarea factorilor de influență și înțelegerea interacțiunii organizației cu mediul de afaceri, prin proiectarea și adoptarea unor procese manageriale specifice de stabilire, menținere, dezvoltare și optimizarea relațiilor între o organizație și clienții săi.
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> • Identificarea, monitorizarea și ghidarea comportamentului clienților în vederea dezvoltării unor relații durabile cu aceștia. • Implementarea unor sisteme integrate de relații cu clienții • Monitorizarea schimbărilor comportamentale și exploatarea informațională prin valorificarea TIC în managementul relațiilor cu clienții.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
I. Managementul relațiilor cu clienții – cheia succesului în mediul de afaceri Prezentarea conceptului de management a relațiilor cu clienții Orientarea firmelor spre clienți - tendință majoră în noua economie Influența creșterii exigențelor clienților asupra comportamentului lor de cumpărare și consum Abordări moderne a managementului relațiilor cu clienții Managementul prin proiecte – metodă eficientă de implementare	Prelegere dezbateri	



a strategiilor CRM Managementul satisfacției clienților Managementul nemulțumirilor clienților		
II. Managementul valorii clienților – dimensiunea economică a managementului relațiilor cu clienții Prezentarea conceptului de valoare aportată de clienți Managementul operațional al relațiilor cu clienții pe fiecare etapă a ciclului lor de viață (atrager, fidelizare și dezvoltare a relațiilor) Prezentarea metodelor de analiză economică a valorii aportate de clienți Evaluarea capacității de răspuns eficient a clienților	Prelegere dezbateri problematizare	
III. Implicațiile noilor tehnologii ale informației în managementul relațiilor cu clienții Avantaje ale utilizării tehnologiei informației în managementul relațiilor cu clienții Externalizarea managementului relațiilor cu clienții în condițiile dezvoltării tehnologiilor informatice Soluții web – suport al strategiilor de management a relațiilor cu clienții Tehnici de proiectare a arhitecturii sistemelor informatice destinate managementului relațiilor cu clienții.	Prelegere dezbateri problematizare	
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Căpățînă A. – „Managementul relațiilor cu clienții”, Ed. Europlus, Galați, 2010 (disponibilă pe site-ul facultății – secțiunea: Biblioteca virtuală) 2. Gianita BLEOJU, Alexandru CĂPĂȚÎNĂ - “MARKETING PRIN INTERNET”, Ed. Fundației Universitare “Dunărea de Jos” Galați, ISBN 973-627-262-1, 2006 3. Gianita Bleoju , Marius Geru , Alexandru Capatina , Bogdan Pana : Entrepreneurial initiative to develop a Web-based Knowledge Hub,2016; www.igi-global.com 		
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Discutarea unor studii de caz specifice managementului relațiilor cu clienții aplicat în cadrul unor companii, interpretarea rezultatelor unei cercetări întreprinse în domeniul CRM pe un eșantion de 50 de firme din România și stabilirea unor teme de proiect	Studiu de caz, aplicatii	
Gestiunea informatizată a unui model de proiect de management a relațiilor cu clienții cu ajutorul aplicației Microsoft Project (organizarea proiectului, configurarea activităților, a resurselor, alocarea resurselor activităților, aplicarea funcțiilor programului informatic)	Studiu de caz, aplicatii	
Simularea funcțiilor unui program informatic CRM, introducerea de date în sistem, transferul acestora într-o bază de date din Microsoft SQL Server în vederea realizării de analize multidimensionale prin metoda procesării analitice online (OLAP)	Studiu de caz, aplicatii	
Bibliografie		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Căpățînă A. – „Managementul relațiilor cu clienții”, Ed. Europlus, Galați, 2010 (disponibilă pe site-ul facultății – secțiunea: Biblioteca virtuală) 2. Gianita BLEOJU, Alexandru CĂPĂȚÎNĂ - “MARKETING PRIN INTERNET”, Ed. Fundației Universitare 		



“Dunărea de Jos” Galați, ISBN 973-627-262-1, 2006

3. Gianita Bleoju , Marius Geru , Alexandru Capatina , Bogdan Pana : **Entrepreneurial initiative to develop a Web-based Knowledge Hub**,2016; www.igi-global.com

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Disciplina reprezintă baza de acumulare a unor cunoștințe complementare necesare desăvârșirii formării profesionale în toate domeniile de calificare, prin adaptare și integrare rapidă și eficientă la cerințele angajatorilor.
- Disciplina contribuie și la înlesnirea accesului absolvenților la cercetare aplicativă prin cultivarea muncii în echipe interdisciplinare, rețele de proiectare și consultanță, prin aportul la formarea competențelor profesionale și transversale apreciate pe piața muncii de către angajatori.
- Angajatori: mediul instituțional public și privat local, național și european.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Insusirea conceptelor fundamentale CRM și conexe	Interactiv / Dezbateri orale pe teme de lucru Test grila	50%
	Abilități metodologice specifice CRM		
	Proiectare soluții specifice CRM		
10.5 Seminar/laborator	Prezentarea proiectului și acumularea numărului minim de prezențe la seminarii pentru a putea participa la examen	Implicare proactivă în grupele de proiect Prezentarea proiectului și evaluarea aplicabilității soluției de CRM	50%
	Asumarea rolului în echipa de proiect CRM și evaluarea contribuției individuale		
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Test grila și susținere proiect CRM 			

