

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Managementul relațiilor cu clienții						
2.2 Titularul activităților de curs							
2.3 Titularul activităților de seminar							
2.4 Anul de studiu	III	2.5 Semestrul	II	2.6 Tipul de evaluare	Ex	2.7 Regimul disciplinei	Ob

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	36	din care: 3.5 curs	24	3.6 seminar/laborator	12
Distribuția fondului de timp					
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					
Tutoriat					
Examinări					
Alte activități:					
3.7 Total ore studiu individual	89				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	• Management general
4.2 de competențe	• Informatică managerială

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1. de desfășurare a cursului	• Sală cu videoproiector
5.2. de desfășurare a seminarului/laboratorului	• Instalarea în sălile de laborator/aplicații a unor versiuni free-trial ale unor soluții software CRM



6. Competențele specifice acumulate

Competențe profesionale	• Aplicarea de metode, tehnici și proceduri pentru utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în procesul managerial; • Definirea conceptelor și metodelor privind utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în procesul managerial; • Explicarea conceptelor și metodelor privind utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în procesul managerial; • Realizarea de studii/lucrări de fundamentare a procesului managerial, utilizând baze de date, informații și cunoștințe; • Selectarea metodelor, tehnicilor și procedurilor pentru utilizarea bazelor de date, informații și cunoștințe în procesul managerial.
Competențe transversale	• Identificarea rolurilor și responsabilităților într-o echipă plurispecializată și aplicarea de tehnici de relaționare și muncă eficientă în cadrul echipei; • Competențe digitale.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	- Dezvoltarea unei gândiri strategice focalizate pe orientarea către client, în orice tip de organizație și exploatarea bazelor de date clienți în scopul fundamentării unor decizii strategice;
7.2 Obiectivele specifice	- Identificarea oportunităților de abordare diferențiată a diferitelor segmente de clienți, pe baza unor modele strategice consacrate în literatura de specialitate; - Înțelegerea rolului specialistului în relații cu clienții într-o organizație centrată pe fidelizarea clienților; - Cunoașterea instrumentarului de analiză specific managementului relațiilor cu clienții (CRM Analytics). - Utilizarea rapoartelor furnizate de aplicațiile informatice CRM în vederea adoptării unor decizii de alocare a resurselor financiare în acțiuni de atragere/fidelizare clienți, upselling/cross-selling.

8. Conținuturi

8. 1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Noțiuni introductive privind conceptul de management a relațiilor cu clienții (CRM)	Prelegere, dezbatere	2 ore
2. Abordarea strategică a managementului relațiilor cu clienții	Prelegere, studii de caz	2 ore
3. Beneficiile implementării unei strategii CRM integrate în misiunea unei organizații	Prelegere, dezbatere	2 ore
4. Dimensiunile unei strategii CRM (strategică, analitică, colaborativă și operațională)	Prelegere, studiu de caz	4 ore
5. Segmentarea portofoliului de clienți pe baza valorii furnizate în ciclul de viață (customer lifetime value)	Prelegere, Joc de rol, proiect	2 ore



6. Automatizarea activităților de marketing, vânzări și customer care prin sisteme informatice CRM	Prelegere, dezbatere, prezentare sisteme informatice CRM	4 ore
7. Managementul operațional al relațiilor cu clienții pe fiecare etapă a ciclului lor de viață (atrageră, fidelizare și dezvoltare a relațiilor)	Prelegere, studiu de caz, dezbatere	2 ore
8. CRM analitic – depozite de date CRM, procesare analitică online (OLAP) și data mining	Prelegere, studiu de caz	2 ore
9. CRM în e-Business : oportunități și provocări	Prelegere, studiu de caz	2 ore
10. Social Media CRM – modelul LARA, analiza sentimentelor în recenziile online ale clienților	Prelegere, studiu de caz, dezbatere	2 ore
8. 2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Interpretarea rezultatelor unor cercetări în domeniul CRM în diferite sectoare de activitate	Dezbatere, studiu de caz	2 ore
2. Proiectarea unei campanii CRM pentru un produs/serviciu inovativ	Atelier de creație, brainstorming	2 ore
3. Gestiunea informatizată a unui model de proiect de management a relațiilor cu clienții cu ajutorul aplicației software Microsoft Project	Proiect, utilizare software Microsoft Project	2 ore
4. Simularea gestiunii unei campanii CRM	Proiect, utilizare software Microsoft Dynamics CRM	2 ore
5. Analiza multidimensională a vânzărilor prin OLAP	Studii de caz, utilizare SQL Server	2 ore
6. Social CRM	Studiu de caz pe Socialmention.com	2 ore
Bibliografie 1. Dyche, J. (2002). The CRM handbook: a business guide to customer relationship management. Addison-Wesley Professional. 2. Căpățînă A. (2010). Managementul relațiilor cu clienții, Ed. Europlus, Galați 3. Peelen, E., Stevens, E., Jallat, F., & Volle, P. (2006). Gestion de la relation client. Paris Dauphine University. 4. Managementul relațiilor cu clienții, Ed. Codecs, București, 2009 5. Nistor R., Capatina A., Cristea D. (2009). Tehnologia informației și comunicațiilor pentru afaceri, EDP, București.		

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

- Conținutul curriculei a fost adaptat cerințelor pieței muncii, pe baza discuției cu managerii unor firme private.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezența activă la activitatea didactică (curs) Capacitatea de analiză Argumentarea ideilor exprimate	Observație sistemică, investigația	10%
		Evaluare scrisă (teste grilă)	30%
10.5 Seminar/laborator	Prezența la activitatea	Proiecte pe baza soluțiilor software CRM, Portofoliu activități la studiile de caz	40%



	didactică (seminar) Creativitatea Capacitatea de aplicare a cunoștințelor privind utilizarea software-urilor CRM Interesul pentru studiu individual		
		Evaluare orală	20%
10.6 Standard minim de performanță			
Cunoașterea noțiunilor de bază cu care operează disciplina			

