

RTU studiju kurss "Klientu attiecību vadība"**22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte****Vispārējā informācija**

Kods	IV0729
Nosaukums	Klientu attiecību vadība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles; Brīvās izvēles
Atbildīgais mācītājspēks	Ieva Andersone - Doktors, Docents
Mācītājspēks	Gundars Kokins - Pētnieks
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV, EN
Anotācija	Studiju kurss aptver būtiskākos klientu attiecību teorētiskos un praktiskos aspektus, stratēģijas, rīkus, metodes, kas palīdz veidot, uzturēt un uzlabot ilgtermiņa attiecības ar klientiem. Studiju kurss ietver praktiskus piemērus un nozares labākās prakses, uzsverot pielietojamību reālajā darba vidē. Studenti iegūst padziļinātas teorētiskās zināšanas un praktiskās iemaņas par klientu vadības dzīvescikla posmiem un ar tiem saistītajiem uzņēmuma iekšējiem un ārējiem procesiem. Īpaša uzmanība tiek pievērsta klientu segmentēšanas metodēm (klientu/pircēju personu (customer/buyer persona) izveidei, KANO modelim), lai veidotu pielāgotas klientu vadības stratēģijas atbilstoši atšķirīgu segmentu vajadzībām. Studiju kursa gaitā paredzēts arī apgūt digitālo rīku (piemēram, CRM platformu, mārketinga automatizācijas un analītikas risinājumu) nozīmi, kas ļauj iedziļināties klientu uzvedībā un mērķtiecīgāk plānot gan mārketinga, gan pārdošanas iniciatīvas. Šāda pieeja palīdz studentiem efektīvi integrēt apgūtās zināšanas reālajā darba vidē.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir sniegt studentiem padziļinātas zināšanas un attīstīt praktiskās iemaņas klientu attiecību vadībā. Studiju kursa uzdevumi: - veidot izpratni par klientu attiecību dažādajām dimensijām un klientu dzīvescikla vadības modeļiem (piemēram, B2B un B2C kontekstos), iekļaujot klientu pieredzes (CX) optimizāciju; - attīstīt prasmi veikt tirgus un klientu vajadzību izpēti, izmantojot gan kvantitatīvas, gan kvalitatīvas metodes (aptaujas, padziļinātās intervijas, KANO, NPS u. c.), lai iegūtu mērķtiecīgus datus biznesa lēmumu atbalstam; - strukturēt un vadīt klientu dzīvesciklu, izmantojot nozares labās prakses (piemēram, Customer Journey Mapping, Service Blueprinting u.c.), lai uzlabotu klientu noturēšanu un veicinātu lojalitāti; - attīstīt prasmi definēt un uzraudzīt svarīgākos veiktspējas rādītājus (KPI, OKR, SLA, konversijas rādītāji, CLV, CAC u.c.) un izvērtēt to ietekmi uz uzņēmuma mērķu sasniegšanu; - veidot izpratni par mūsdienu digitālajiem risinājumiem un rīku atlases pamatprincipiem (CRM platformas, mārketinga automatizācijas, analītikas un lojalitātes sistēmas).
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Patstāvīgā darba ietvaros studenti (individuāli vai komandās) izstrādā pilotprojektu, kurā integrēti dažādi digitālie risinājumi pilna klientu dzīvescikla pārvaldībai, tostarp sociālie tīkli, mājaslapas, CRM platformas, mārketinga automatizācijas rīki, klientu apkalpošanas risinājumi un analītikas rīki. Darba galvenais uzdevums ir radīt digitalizētu klienta dzīves ciklu un izstrādāt funkcionējošu prototipu, kas demonstrē apgūto zināšanu un prasmju praktisko pielietojumu. Izstrādātais projekts tiek prezentēts auditorijā un publiski aizstāvēts, atbildot uz auditorijas jautājumiem un parādot spēju pamatot izvēlētos risinājumus.
Literatūra	Obligātā/Obligatory: Daniel D. Prior, Francis Buttle, Stan Maklan. Customer Relationship Management: Concepts, Applications and Technologies. Routledge, 5.Edition, 2024, ISBN 1032247444, 9781032247441, 372 pp. Papildu/Additional: 1. Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools / V. Kumar, Werner Reinartz, Springer, 2018, 411 pp. 2. Customer Relationship Management - How to develop & execute a CRM strategy / Michael Pearce, Business Expert Press, LLC, 2021, 220 pp. 3. Managing Customer Experience and Relationships: A Strategic Framework / Don Peppers, Martha Rogers, Hoboken, New Jersey: John Wiley&Sons, Inc., 2017, 600pp. 4. Marketing management / Philip Kotler, Northwestern University, Kevin Lane Keller, Dartmouth College, Alexander Chernev, Northwestern University, Sixteenth edition, Harlow, England : Pearson Education, 2022., 605 lpp. 5. Strategic marketing management / Alexander Chernev, Kellogg School of Management, Northwestern University ; foreword by Philip Kotler, 9th ed., Chicago, Illinois : Cerebellum Press, 2018., 287 lpp.
Nepieciešamās priekšzināšanas	Nav nepieciešamas.

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Klientu attiecības, klientu attiecību vadība un tās dimensijas.	2	2	1	2
Klientu vadības dzīvescikls. Dzīvescikla posmi.	4	6	2	4

Tirgus un klientu vajadzību izpēte.	4	10	3	14
Klienta dzīvescikla procesi.	6	18	4	20
Klientu vadības veikspējas rādītāji.	2	8	2	10
Klientu vadības tehnoloģijas, rīki un pamatprincipi.	6	10	4	12
Kopā:	24	54	16	62

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot klientu attiecību vadības būtību, proti, galvenos jēdzienus, klientu vadības dzīvesciklu un tā posmu mijiedarbību ar organizācijas struktūru un biznesa procesiem (piemēram, pārdošanu, mārketingu un klientu servisu).	Patstāvīgais darbs -pilotprojekts/prototips. Tests (par apgūto studiju kursa vielu). Eksāmens.
Spēj izpētīt tirgu un veikt tirgus segmentāciju, kā arī identificēt dažādu segmentu klientu vajadzības, izmantojot praktiskas izpētes metodes (aptaujas, intervijas, datu analīzi).	Patstāvīgais darbs - pilotprojekts/prototips. Tests (par apgūto studiju kursa vielu). Praktiskais darbs Nr.1 par klientu segmentēšanu. Praktiskais darbs Nr.2 par klienta vajadzību izpētes metodēm SERVQUAL, KANO. Eksāmens.
Spēj strukturēt un vadīt klientu dzīvescikla procesus.	Patstāvīgais darbs - pilotprojekts/prototips. Tests (par apgūto studiju kursa vielu). Praktiskais darbs Nr.3 par klientu pieredzi, Blueprint. Eksāmens.
Spēj definēt un sekot līdzi svarīgākajiem veikspējas rādītājiem (KPI, OKR, SLA utt.).	Patstāvīgais darbs -pilotprojekts/prototips. Tests (par apgūto studiju kursa vielu). Praktiskais darbs Nr.4 par rezultativitātes un efektivitātes rādītājiem Eksāmens.
Izprot un spēj pārvaldīt klientu vadības tehnoloģiju kategorijas, rīkus un pamatprincipus.	Patstāvīgais darbs - pilotprojekts/prototips. Tests (par apgūto studiju kursa vielu). Eksāmens.

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Testi (par apgūto studiju kursa vielu)	20
Praktiskie darbi (4 darbi): Praktiskais darbs Nr.1 - klientu segmentēšana. Praktiskais darbs Nr.2 - SERVQUAL, KANO. Praktiskais darbs Nr.3 - klientu pieredze, Blueprint. Praktiskais darbs Nr.4 - rezultativitātes un efektivitātes rādītāji.	40
Patstāvīgais darbs - pilotprojekts/prototips	30
Eksāmens - prezentācija	10
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi			Brīvās izvēles pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	12.0	12.0	0.0		*			*	