

RTU studiju kurss "Klientu attiecību pārvaldība"**OR000 Rēzeknes akadēmija****Vispārējā informācija**

Kods	RA0108
Nosaukums	Klientu attiecību pārvaldība
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācītspēks	Daina Znotiņa - Lektors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursā studējošajiem tiek attīstītas praktiskās iemaņas CRM stratēģiju izstrādē un to pielietošanā reālās uzņēmējdarbības situācijās, izmantojot aktuālos digitālos rīkus.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Sniedz studējošajiem padziļinātu izpratni par klientu attiecību pārvaldību (CRM) kā stratēģisku uzņēmuma vadības instrumentu, kas palīdz piesaistīt, saglabāt un attīstīt attiecības ar klientiem, izmantojot mūsdienīgus datu, tehnoloģiju un komunikācijas rīkus. Kursā tiek apskatīti operacionālie, analītiskie un digitālie CRM aspekti, kā arī klientu pieredzes vadība, personalizācija un automatizācija.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studējošā patstāvīgais darbs paredz teorētisko materiālu izpēti un CRM konceptu analīzi, lai padziļinātu izpratni par klientu attiecību pārvaldību. Galvenais uzdevums ir izstrādāt analītisku pārskatu par CRM pielietojumu konkrētā uzņēmumā vai nozarē, identificēt problēmas un piedāvāt uzlabojumus. Darbs ietver arī datu vākšanu, klientu segmentēšanu, komunikācijas izvērtēšanu un tiek noslēgts ar prezentāciju par izstrādāto priekšlikumu.
Literatūra	Obligātā/Obligatory: - Buttle, F., & Maklan, S. (2019). Customer Relationship Management: Concepts and Technologies. Routledge. - Lemon, K. N. (2020). A Customer Experience Model. Harvard Business Review. - Solomon, M. R. (2022). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. Pearson. Papildu/Additional: - Kumar, V. (2021). Managing Customers for Profit. Pearson. - Greenberg, P. (2020). CRM at the Speed of Light: Social CRM Strategies, Tools, and Techniques. McGraw-Hill. - Woodcock, N., Stone, M. (2022). The Customer Framework: Managing the Complete Customer Journey. - Chaffey, D. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson. Interneta resursi/Internet resources: https://www.salesforce.com/crm/ https://www.hubspot.com/resources https://www.gartner.com/en/marketing https://www.zohocrm.com/ https://www.emswire.com/customer-experience/
Nepieciešamās priekšzināšanas	Ievads uzņēmējdarbībā

Studiju kursa saturs

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienēs studijas		Nepilna laika neklātienēs studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
1. Ievads klientu attiecību pārvaldībā (CRM)	2	4	1	6
2. Klientu pieredzes vadība (Customer Experience - CX). Klienta ceļš (Customer Journey), piesaiste, noturēšana	2	4	1	6
3. Organizācijas kultūra un tās ietekme uz klientu attiecībām	2	4	1	6
4. CRM stratēģijas izstrāde. Segmentēšana, lojalitātes programmas, klientu vērtība	2	4	1	6
5. Analītiskā CRM: datu izmantošana un interpretācija. Klientu datu analīze, uzvedības modeļi, datu bāzes	4	4	2	6
6. Digitālie CRM rīki un tehnoloģijas. CRM sistēmas (Salesforce, HubSpot, Zoho u.c.), automatizācija	4	6	1	8
7. Sociālā CRM un daudzkanālu komunikācija. Klientu pārvaldība sociālajos tīklos, čatboti, e-pasti	4	6	1	8
8. CRM ieviešana un integrācija uzņēmumā. Sistēmu ieviešanas izaicinājumi, datu aizsardzība	4	6	1	8
9. Mārketinga automatizācija un personalizācija. Automatizēti kampaņu rīki, e-pastu personalizācija	4	6	1	8
10. CRM stratēģijas novērtēšana un uzlabošana. KPI, klientu lojalitātes mērījumi, klientu aptaujas	2	4	1	6
11. CRM pielietojuma izpētes un uzlabošanas priekšlikumu prezentācija	2	4	1	4
Kopā:	32	52	12	72

Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
Izprot klientu attiecību pārvaldības stratēģisko nozīmi, tās veidus (operacionālā, analītiskā, sociālā CRM) un tehnoloģisko attīstību	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj izstrādāt, ieviest un novērtēt CRM risinājumus, balstoties uz uzņēmuma mērķiem un klientu vajadzībām	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj analizēt klientu datus, segmentēt klientus un pielietot personalizācijas taktikas	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Pārzina CRM sistēmu darbību (piemēram, Salesforce, HubSpot, Zoho CRM u.c.), spēj pielietot digitālos rīkus klientu pārvaldībā	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj strādāt komandā, risināt problēmas un veidot proaktīvas attiecības ar klientiem un kolēģiem	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj pielietot CRM datus lēmumu pieņemšanā mārketingā, pārdošanā un klientu apkalpošanā	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens
Spēj piemērot klientu datu aizsardzības un ētikas principus (atbilstoši GDPR un citām regulām)	Praktiskās nodarbības, patstāvīgais darbs, eksāmens

Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
1. Aktīva dalība praktiskajās nodarbībās un vērtējums par praktisko darbu izpildi	30
2. Kursa apguves laikā izstrādāts un prezentēts patstāvīgais darbs	40
3. Eksāmena rezultāti	30
Kopā:	100

Studiju kursa plānojums

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	16.0	16.0	0.0		*	