

# Customer Care - zarządzanie relacjami z klientem

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

**Forma:** Niestacjonarne • Stacjonarne

**Sposób realizacji:** Hybrydowe • Hybrydowe popołudniowo-weekendowe

**Cechy:** Studia I stopnia licencjackie • Od października • Polski • 6 semestrów

**Miasto:** Poznań



## Czego się nauczysz?

- Poznasz, jak efektywnie zarządzać procesami **budowania relacji z klientem**, dbając o długotrwałą współpracę.
- Nauczysz się **mapować doświadczenia klientów**, analizując ich potrzeby i oczekiwania na różnych etapach obsługi.
- Zrozumiesz metody obsługi i wsparcia klienta w sytuacjach kryzysowych, zapewniając wysoki poziom **satysfakcji klientów**.
- Dowiesz się, jak planować procesy **obsługi klienta w Internecie**, dostosowując je do zmieniających się technologii.
- Opanujesz techniki badania i analizy **poziomu satysfakcji klientów**, wspierając rozwój relacji biznesowych.

## Praca dla Ciebie

- Jako **specjalista ds. obsługi klienta**, zajmiesz się bezpośrednią współpracą z klientami, dbając o ich potrzeby i satysfakcję.
- Zostaniesz **doradcą klienta**, wspierając klientów w wyborze najlepszych rozwiązań dostosowanych do ich oczekiwań.
- Będziesz pracować jako **customer success manager**, zarządzając sukcesem klienta i budując relacje oparte na zaufaniu.
- Jako **project management office specialist**, zorganizujesz i poprowadzisz projekty z zakresu obsługi klienta.
- Rozwiniesz się jako **customer experience specialist**, dbając o pozytywne doświadczenia klientów w każdej interakcji.
- Obejmiesz rolę **specjalisty ds. UX**, tworząc rozwiązania poprawiające jakość obsługi i zadowolenie klientów.

## Program

### Praktyczne studia

Uczymy tak, aby jak najlepiej przygotować Cię do rzeczywistych wyzwań, z jakimi spotkasz się w pracy zawodowej.

- **Projekty grupowe** – realne problemy biznesowe.
- **Symulacje** – decyzje w warunkach rynkowych.
- **Staże i praktyki** – doświadczenie w firmach.



- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.
- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.

## Wybrane zajęcia kierunkowe

- Podstawy marketingu
- Podstawy zarządzania
- Podstawy psychologii
- Podstawy prawa
- Podstawy finansów organizacji
- Etyka w biznesie
- Techniki sprzedaży
- Psychologia w marketingu i sprzedaży
- Ekonomia
- Zarządzanie marką
- Zarządzanie ceną i dystrybucją
- Zarządzanie produktem
- Badania marketingowe
- Zachowania konsumentów
- Komunikacja marketingowa
- Planowanie marketingowe
- Komunikacja w biznesie
- Reklama i PR
- Global marketing
- Design thinking

## Wybrane zajęcia specjalnościowe

- Customer service – tworzenie relacji
- Psychologia konsumenta



- Psychologia komunikacja
- Sztuka prezentacji handlowej
- Marketing 4.0
- Innowacje w usługach
- Marketing internetowy

## Nauka języka obcego

### Na studiach stacjonarnych:

- 240 godzin nauki jednego języka obcego (60 godzin w semestrze, od 2 do 5 semestru).

### Na studiach niestacjonarnych:

- 64 godziny nauki jednego języka obcego w 2 i 3 semestrze.

## Praktyki i staże

Praktyki studenckie to ważny element studiów. Studenci studiów licencjackich oraz jednolitych studiów magisterskich realizują **960 godzin praktyk** (24 tygodnie), zdobywając doświadczenie zawodowe. Jeśli pracujesz w zawodzie zgodnym z kierunkiem studiów, możesz zaliczyć praktyki na podstawie zatrudnienia. W trakcie studiów masz też szansę na płatny staż. Programy stażowe przygotowują pracodawcy, z którymi współpracujemy, dostosowując wymagania do stanowisk, co ułatwia pierwsze kroki zawodowe.

## Sposób zaliczenia studiów

Tworzysz w zespole **projekt dyplomowy**, który rozwiązuje **praktyczny lub teoretyczny problem** związany z Twoim kierunkiem. Badając literaturę i przeprowadzając własne analizy, pracujesz nad autorską propozycją rozwiązania problemu. Wszystko, czego nauczysz się podczas studiów, pozwala Ci na stworzenie **profesjonalnej pracy opartej na realnych danych i działaniach**. By uzyskać tytuł inżyniera, taki projekt musisz **obronić przed komisją**. To Ty **wyznaczasz kierunek swojego projektu!**

### Zasady rekrutacji

Studentem studiów I stopnia (licencjackich lub inżynierskich) na Uniwersytecie WSB Merito możesz zostać po ukończeniu szkoły średniej, zdaniu matury i odebraniu świadectwa dojrzałości. O przyjęciu na studia decyduje kolejność zgłoszeń oraz złożenie kompletu

### Stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia i jednolitych magisterskich możesz skorzystać z Programu Very Important Student (VIS) i studiować pierwszy semestr nawet za darmo.



dokumentów i spełnienie wymogów wynikających z zasad rekrutacji.

[Dowiedz się więcej](#)

- Możesz otrzymać te same stypendia, co studenci uczelni publicznych, w tym naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi.

- Dodatkowo, elastyczny system opłat pozwala Ci wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.

[Dowiedz się więcej](#)

## Ceny

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

## Wykładowcy

### dr hab. Jacek Kall

- Specjalizuje się w zarządzaniu marką, efektywności marketingu oraz komunikacji marketingowej.
- Obok ponad 30-letniej pracy akademickiej, od kilkunastu lat współpracuje na stałe jako konsultant z agencją Brand Design. Kierował też agencję badań rynkowych.
- Autor kilku książek, m.in. „Reklama” i „Silna marka” (PWE) oraz „Brand Metrics” (Routledge), poświęconych tematyce marketingu, budowania marek i oceny ich skuteczności.
- Posiada duże doświadczenie w tworzeniu strategii marketingowych i brandingowych, wspierając marki w budowaniu rozpoznawalności i osiągnięciu przewagi konkurencyjnej.

### mgr Agnieszka Goncerzewicz

- Specjalizuje się w kreowaniu i zarządzaniu marką, event marketingu, teoriach wpływu, psychologii perswazji oraz ekonomii i etyce behawioralnej.
- Aktywna marketerka z 15-letnim doświadczeniem; współpracowała z agencjami i klientami, zarządzała 14-osobowym zespołem contentowo-konferencyjnym.
- Zaprojektowała metodycznie studia licencjackie pierwszego stopnia na kierunku marketing i sprzedaż dla UWSB Merito w Poznaniu.
- Biegła w projektowaniu strategii marketingowych oraz komunikacji marketingowej.