

Studiju kursa nosaukums		KLIENTU APMIERINĀTĪBAS NOVĒRTĒŠANAS UN VEICINĀŠANAS METODES	
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)	3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	Profesionāla klientu apkalpošana, Klientu attiecību pārvaldība		
Zinātņu nozare	Psiholoģija		
Zinātņu apakšnozare	Vadības psiholoģija		
Akadēmisko stundu kopsavilkums		Apjoms (akadēmiskās stundas)	
Tālmācības nodarbības		40	
Kontaktstundas / video lekcijas		8	
Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi		13	
Patstāvīgie darbi/attālinātās diskusijas		16	
Eksāmena/Ieskaites darbs		3	
1. līmeņa profesionālās studiju programmas	Biroja vadība un profesionāla klientu apkalpošana		
Studiju kursa autors(i)	Mg.psych. Jana Roze		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	Mg.paed. Aivis Kārklīšs		
Studiju kursa mērķis:	<p>Studiju kursa ietvaros studenti iegūst zināšanas par klientu apmierinātības novērtēšanas un veicināšanas metožu būtību un lietojumu organizācijā, uz klientu apmierinātību orientētas pieejas nozīmi organizācijā, iegūst zināšanas par klientu apmierinātības novērtēšanas un veicināšanas metodēm. Apgūst prasmes un kompetences klientu apmierinātības novērtēšanas un veicināšanas metožu lietojumā un risina konkrētas profesionālās situācijas, ņemot vērā klientu apkalpošanas efektivitātes un kvalitātes rādītājus.</p>		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):	<p><u>Gala vērtējums</u> tiek aprēķināts: Moodle diskusija/patstāvīgie darbi – <u>50</u> % Eksāmens – <u>50</u> %</p> <p><i>Lai izliktu gala vērtējumu, abās aktivitātēs jāuzrāda sekmīgs vērtējums – ne zemāks kā 4 balles.</i></p> <p><i>Gala vērtējums ir vidējā atzīme 10 baļļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.</i></p>		
Studiju rezultāti			
<p>1. <i>Zināšanas:</i></p> <p>1.1. Studējošie izprot klientu apmierinātības nozīmi organizācijas rezultātu sasniegšanā.</p> <p>1.2. Studējošie pārzina klientu apmierinātības novērtēšanas pamatprincipus, klientu apmierinātības novērtēšanas un veicināšanas metodes.</p> <p>2. <i>Prasmes:</i></p> <p>2.1. Studējošie izvēlas konkrētai situācijai piemērotāko klientu apmierinātības novērtēšanas un veicināšanas metodi.</p> <p>3. <i>Kompetence:</i></p> <p>3.1. Studējošie patstāvīgi pieņem lēmumus profesionālās situācijās, kas saistītas ar klientu apmierinātības novērtēšanu un veicināšanu, ņemot vērā klientu apkalpošanas efektivitātes un kvalitātes rādītājus.</p>			
Studiju kursa saturs			

N.p.k.	Temati	Kontaktstundas / video, audio nodarbības	Tālmācības nodarbības	Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	Patstāvīgie darbi/ attālinātās diskusijas	Eksāmens
1.	Klientu apkalpošanas standartu nozīme klientu apmierinātībā					
2.	Klientu apmierinātības veidošanās nosacījumi: - klienta vēlmju uzklauššana; - klienta vajadzību identifikācija; - informācija par produktiem/pakalpojumiem; - informācija par uzņēmumu; - produkta/pakalpojuma iegādes labākā risinājuma piedāvājums klientam					
3.	Klientu apmierinātības novērtēšanas pamatprincipi					
4.	Klientu apmierinātības kvalitatīvās novērtēšanas metodes: - novērošana; - klientu intervijas; - darbinieku intervijas; - klientu sūdzību un ieteikumu analīze; - procesu analīze	8	40	14	16	2
5.	Klientu apmierinātības kvantitatīvās novērtēšanas metodes: - klientu aptaujas; - darbinieku aptaujas					
6.	Tirgus izpētes uzņēmumu pakalpojumi klientu apmierinātības novērtēšanai. "Slepenais pircējs".					
7.	Klientu apmierinātības veicināšanas metodes					
8.	Klientu apkalpošanas					

efektivitātes un kvalitātes rādītāji					
KOPĀ:	8	40	14	16	2
	80				

Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj (*zināšanas, prasmes un kompetences*)

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
Zināšanas	nosaukt un atpazīt terminus, faktorus	definēt un atpazīt terminoloģiju	izprast un piedāvāt situācijas efektīvu risinājumu
Prasmes	lietot un pamatot terminu pielietojumu	pārbaudīt un analizēt teorijas pielietojumu praksē	sintezēt, modelēt un diskutēt par reālām problēmsituācijām klientu apmierinātības novērtēšanā un veicināšanā
Kompetences	atbildība, iniciatīva un radošums novērtējot reālas situācijas klientu apkalpošanā	lēmumu pieņemšana, kritiskā domāšana reālās problēmsituācijās, prezentācijas prasmes piedāvājot risinājumus konkrētām situācijām	organizēšanas un plānošanas prasmes un pašdisciplīna risinot dažādas sarežģītības jautājumus un pieņemt pamatotus lēmumus

Īegūto studiju rezultātu apliecinājums

Novērtēšanas metode	Studiju rezultāti		
	1.	2.	3.
Attālinātā diskusija	x	x	x
Eksāmens	x	x	x

Pamatliteratūra

1.	Blāņčards K., Boulss Š. Sajūsminātie klienti. – Rīga: Zvaigzne ABC, 2013.
2.	Hernon P, Altman E, Dugan R.E. Assessing Service Quality: Satisfying the Expectations of Library Customers, Third Edition. Chicago: American Library Association, 2015.
3.	Kotlers F. Mārketings no A līdz Z, no angļu val. tulk. Teika Lapsa. – Rīga: Jumava, 2007.
4.	Zaaren A. Customer Life Time Value. - New Delhi: Astral International Pvt Ltd. 2021

Papildliteratūra

Vispārējai lietošanai	Spēkā ar 01.09.2023.	Versija 1	Ipp 3 no 4
-----------------------	----------------------	-----------	------------

1.	Fisks P. Klientu apkalpošanas ģēnijs. – Rīga: SIA «Lietišķās informācijas dienests», 2010.
2.	Frīmentls D. Aktīva klientu apkalpošana. – Rīga: Zvaigzne ABC, 2006.