

Module: Human Resources Management



MBA
**CUSTOMER
MANAGEMENT**

De arbeidsmarkt verandert ingrijpend. We hebben te maken met ontgroening en vergrijzing van de bevolking waardoor menselijk kapitaal structureel schaars zal worden. Hoe vindt en verbindt u klantcontact professionals aan uw organisatie? Hoe speelt u in op veranderende wensen en behoefte van diverse generaties werknemers? Deze module vormt uw visie op het HRM vakgebied.



Module: Human Resources Management

Start:	September
Doorlooptijd module:	15 weken
Prijs:	€ 5.400,- (ex 350,- inschrijf-, dossier- en examenkosten)
Aantal deelnemers:	8-20 deelnemers
Bevat:	9 collegedagen, studiereis, lesmaterialen en 10 studiepunten EC

Resultaat

U kunt uw HRM-beleid beter intern op de kaart zetten en creëert draagvlak binnen de organisatie om de trends te volgen. U krijgt nieuwe inzichten door de zeer uitdagende colleges waarin veranderingen in arbeidsmarkt en klantgedrag, alsook de wensen van uw organisatie (steeds meer customer focus) uitgebreid aan bod komen. U kunt de 'gap' tussen uw huidige arbeidspopulatie en de gewenste populatie inzichtelijk maken, zodat u tijdig uw HRM-beleid aan kunt passen aan de veranderende omstandigheden.

Onderwerpen

Tijdens de module komen o.m. de volgende onderwerpen aan de orde:

- Strategisch HRM, dat wil zeggen het lange termijn HR beleid, rekening houdend met wijze waarop de organisatie en de arbeidsmarkt zich ontwikkelen, en de visie op HRM als van 'strategisch belang' voor het succes van organisaties.
- Het meetbaar maken van het HR beleid en het financieel onderbouwen van investeringen in HRM.
- Het meten van medewerkerstevredenheid en het bepalen van de drivers van de tevredenheid, motivatie en loyaliteit van medewerkers.
- Bijzondere karakteristieken van personeelsbeleid ten behoeve van customer management, in het bijzonder het personeelsbeleid gericht op medewerkers met klantcontact ten opzichte van personeelsbeleid in het algemeen.
- De betekenis voor het personeelsbeleid van begrippen als cultuur, imagebuilding & jobpride, medewerker-motivatie en loyaliteit, functiewaardering, functieprofielen, motivatie patronen, satisfiers en dissatisfiers van beleid en de onderlinge relaties tussen deze begrippen.
- Beloningsstructuren binnen customer management en services.
- Ziekte-, verzuim- en verloofbeleid.
- Wet- en regelgeving.
- Relevante kengetallen die de processen van interne en externe werving en selectie, instroom en uitstroom van medewerkers beschrijven. Inzicht in de mogelijke inrichting van deze processen en in de wijze waarop de effectiviteit kan worden bevorderd.
- Bevorderen van horizontale en verticale doorstroom binnen alle disciplines, jobrotation, life long learning cycles, carrièreplanning en – realisatie.
- Opleidingen en trainingen ten behoeve van customer

management, gebruikmakend van diverse methoden & media, zoals audio, video, webseminars, E-learning, training, coaching, monitoring e.d.

- Rendementsanalyses van human resources beleid, rekening houdend met het onderscheid in harde en zachte opbrengsten en kosten.
- Op basis van desk- en field research, human resources beleid ten behoeve van customer management, ontwikkelen en implementeren.

Praktijkopdracht 'Medewerker loyaliteit en rendement' in een veranderend tijdperk.

Tijdens de module werkt de student voor de eigen organisatie, dan wel een organisatie waarmee de student een (werk)relatie heeft, een praktijkopdracht uit betreffende een probleemstelling op het terrein van QM. De relevantie van de probleemstelling en de praktijkopdracht worden door de betreffende organisatie erkend. De praktijkopdracht resulteert in een project- cq verbeterplan dat bij uitvoering leidt tot tenminste 20.000 euro aan besparingen en/of meeropbrengsten. Dit in het eerste jaar na uitvoering.

Opbouw en duur

- Collegereeks Human Resource Management, Studiepunten 10 EC.
- Zelfstandig te volgen en/of als onderdeel van de MBA Customer Management.
- Doorlooptijd 15 weken: 9 Collegedagen (75 contacturen), 9 x donderdag.
- Tezamen met de contacturen tijdens de college bijeenkomsten en de praktijkopdracht, wordt uitgegaan van een studiebelasting van ca. 12-15 uur per week.

Studiereis

Een vijfdaagse studiereis naar een Europese bestemming of Zuid-Afrika, India of de Verenigde Staten maakt deel uit van het programma. Een unieke gelegenheid om kennis te maken met de business cultuur in andere landen en algemeen erkend een hoogtepunt van de opleiding.

SFCM Community

(Oud) studenten van School For Customer Management weten elkaar ook na de opleiding nog te vinden. We organiseren (alumni) event en faciliteren contact via onze LinkedIn groep, de Facebook pagina en Twitter.



School for Customer Management
info@sfcml.nl
www.sfcml.nl

De School for Customer Management is de start van uw toekomst. Met meer dan 25 jaar ervaring in opleidingen op het gebied van customer relations heeft Philipse Business School dit unieke initiatief gelanceerd voor senior management relaties.

Huidige Curricula: **European MBA Contactcenter Management**, onder accreditatie van FEDMA
MBA Customer Management, onder accreditatie van NVAO

In samenwerking met uiteenlopende brancheorganisaties en gerenommeerde vertegenwoordigers uit het beroepenveld is de trend naar totaal customer management onderkend en verder vormgegeven in een zeer professioneel en toekomstzeker curriculum, de MBA Customer Management. Deze brede bedrijfskundige opleiding is opgezet vanuit de visie dat elk klantcontact van strategische waarde is voor elke onderneming, ongeacht via welk kanaal dit klantcontact tot stand komt en of het interne- of externe klanten zijn.

Missie School for Customer Management

Het bevorderen van de ontwikkeling van huidige en toekomstige leiders in Customer Management.

Een initiatief van: Philipse Business School

PHILIPSE
BUSINESS SCHOOL