



UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI
Wydział Przedsiębiorczości i Towaroznawstwa



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	SYSTEMY ZARZĄDZANIA RELACJAMI Z KLIENTAMI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEMS
			w jęz. angielskim	

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Biznes Elektroniczny
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Forma studiów	niestacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	zaliczenie z oceną

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	3					9		9	
Razem w czasie studiów						18			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Podstawowa wiedza o marketingu. Rozeznanie w technologiach informacyjnych i internetowych. Znajomość technik eksploracji danych

Cele przedmiotu
Prezentacja założeń metodologii CRM i wspierającego ją oprogramowania Nabycie praktycznej umiejętności używania i administrowania zintegrowanym system informatycznym Przekazanie wiedzy potrzebnej członkowi zespołu wdrażającego CRM w przedsiębiorstwie

Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	rozumie istotę zarządzania relacjami z kontrahentami jako koncepcji marketingowej	NK_W02, NK_W03, NK_W12
EKP_02	potrafi opisać funkcjonalności systemów CRM i obszary ich wykorzystania w firmie	NK_W03, NK_U02
EKP_03	potrafi opisać narzędzia i technologie teleinformatyczne potrzebne do wdrożenia w firmie systemu CRM	NK_W06, NK_U03
EKP_04	potrafi zdefiniować wymagania i zarekomendować system CRM dla przedsiębiorstwa o określonym profilu.	NK_W06, NK_U02, NK_U07, NK_U13, NK_U12

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
CRM jako kompleksowe podejście do obsługi klienta i punkty, w których jego praktyczna realizacja wymaga wsparcia informatycznego	1				EKP_01, EKP_02

Obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa wspierane przez informatyczne systemy CRM. Procesy wspierane przez system CRM: sprzedaż, obsługa posprzedażowa, marketing	4		1		EKP_02, EKP_04
Charakterystyczne cechy informatycznych systemów CRM. Analiza funkcjonalności wybranych systemów	1		2		EKP_03, EKP_04
Technologie teleinformatyczne wykorzystywane w systemach CRM, integracja z innymi systemami informatycznymi w przedsiębiorstwie	2				EKP_03
Wdrażanie systemu CRM w przedsiębiorstwie	1				EKP_03, EKP_04
Symulacja pracy zespołowej w wybranym systemie. Instalacja i konfiguracja wybranego systemu CRM dla potrzeb przedsiębiorstwa o określonym profilu			6		EKP_01, EKP_02, EKP_03, EKP_04
Łącznie godzin	9		9		

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01				X	X				
EKP_02				X	X		X	X	
EKP_03				X	X			X	
EKP_04				X	X			X	

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie praktyczne, próg zaliczenia 60%, 20% oceny końcowej
Sprawozdanie z konfiguracji i badania funkcjonalności wybranego systemu (praca zespołowa), próg zaliczenia 70%, 30% oceny końcowej
Sprawdzian pisemny z treści prezentowanych na wykładzie, próg zaliczenia 60%, 50% oceny końcowej
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty uczenia się przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	9		9	
Czytanie literatury	15		10	
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych			10	
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	8			
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania			6	
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2		0	
Udział w konsultacjach	2		4	
Łącznie godzin	36		39	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	75			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	39		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	26		1	

Literatura podstawowa
Dyche J., CRM Relacje z klientami, Helion, 2002
Stachowicz-Stanusch A., Stanusch M., CRM Przewodnik dla wdrażających, Placet 2007
Dokumentacja i informacje o systemach CRM: v-tiger, sugarCRM, Dynamics i in.
Literatura uzupełniająca
Dutko M.(red.), Biblia e-biznesu, Helion, 2013
Dejnaka A., CRM – zarządzanie kontaktami z klientami, Helion, 2002
Źródła internetowe:
http://www.portalcrm.pl
https://www.erp-view.pl/crm
Buttle, F, Maklan, S, Customer Relationship management, concepts and technologies, 2015

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
mgr Lidia Rosicka	KSI
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
dr Natalia Mańkowska	KSI