|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **UNIWERSYTET MORSKI W GDYNI****Wydział Zarządzania i Nauk o Jakości**  | https://umg.edu.pl/sites/default/files/zalaczniki/wznj-02_0.png |

**KARTA PRZEDMIOTU**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Kierunek | **Zarządzanie** |
| 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 oprogramowaniaNabycie praktycznej umiejętności używania i administrowania zintegrowanym system informatycznymPrzekazanie wiedzy potrzebnej członkowi zespołu wdrażającego CRM w przedsiębiorstwie |

|  |
| --- |
| **Osiągane efekty kształcenia dla przedmiotu (EKP)** |
| **Symbol** | **Po zakończeniu przedmiotu student:** | **Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia** |
| EKP\_01 | rozumie istotę zarządzania relacjami z kontrahentami jako koncepcji marketingowej | NK\_W02, NK\_W04 |
| EKP\_02 | potrafi opisać funkcjonalności systemów CRM i obszary ich wykorzystania w firmie | NK\_W04, NK\_U01, NK\_U02 |
| EKP\_03 | potrafi opisać narzędzia i technologie teleinformatyczne potrzebne do wdrożenia w firmie systemu CRM | NK\_W04, NK\_U04 |
| EKP\_04 | potrafi zdefiniować wymagania i zarekomendować system CRM dla przedsiębiorstwa o określonym profilu. | NK\_U02, NK\_U06, NK\_U07, NK\_K04 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **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 wpierane 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 |
| Wybór i 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 kształcenia 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 końcowejSprawozdanie 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 kształcenia 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 |  |  |  |
| 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 Jj., CRM Relacje z klientami, Helion, 2002Stachowicz-Stanusch A., Stanusch M., CRM Przewodnik dla wdrażających, Placet 2007Dokumentacja i informacje o systemach CRM: v-tiger, sugarCRM, Dynamics i in. |
| **Literatura uzupełniająca** |
| Dutko M.(red.), Biblia e-biznesu, Helion, 2013Dejnaka A., CRM – zarządzanie kontaktami z klientami, Helion, 2002Źródła internetowe: <http://www.portalcrm.pl>https://www.erp-view.pl/crmButtle, 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 |