

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	CRM Systems, PG_00156423						
Kierunek studiów	Informatyka i ekonometria (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2024/2025		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	1		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	1		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Informatyki Ekonomicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Dorota Buchnowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Dorota Buchnowska				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	30.0	0.0	0.0	45
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	45		20.0		60.0	125
Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów z: • założeniami i podstawowymi pojęciami CRM i CEM; • zadaniami i funkcjonalnością systemów CRM, CEM i systemów automatyzacji marketingu; • kierunkami rozwoju systemów CRM.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[liEMU2_U04] Potrafi na poziomie zaawansowanym planować, projektować i programować systemy informatyczne, wspierające funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.	Potrafi na poziomie zaawansowanym planować, projektować i programować systemy informatyczne, wspierające funkcjonowanie podmiotów gospodarczych, w szczególności w obszarze marketingu, sprzedaży i obsługi klienta.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[liEMU2_K01] Rozumie potrzebę ustawicznego uzupełniania i pogłębiania nabytej wiedzy; inspirowanie i organizuje proces uczenia się innych osób.	Rozumie potrzebę ustawicznego uzupełniania i pogłębiania nabytej wiedzy w zakresie nowoczesnych rozwiązań informatycznych wspierających zarządzanie relacjami z klientami.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[liEMU2_W04] Ma pogłębioną wiedzę o zaawansowanych metodach matematycznych, statystycznych, ekonometrycznych oraz informatycznych umożliwiających pozyskiwanie, przetwarzanie i analizę danych odzwierciedlających funkcjonowanie i wzrost gospodarki narodowej i jej składowych oraz zjawisk i procesów zachodzących w ich otoczeniu.	Ma pogłębioną wiedzę o zaawansowanych metodach i narzędziach informatycznych umożliwiających pozyskiwanie, przetwarzanie i analizę danych odzwierciedlających funkcjonowanie przedsiębiorstwa oraz zjawisk i procesów zachodzących w ich otoczeniu oraz potrafi je wykorzystać celem budowy relacji z klientami i pozytywnych ich doświadczeń.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[liEMU2_W05] Ma pogłębioną wiedzę o źródłach danych społeczno-ekonomicznych, ich bazach oraz sposobie ich tworzenia.	Ma pogłębioną wiedzę o źródłach danych społeczno-ekonomicznych, w szczególności istotnych w punkcie widzenia zarządzania relacjami z klientami, ich bazach oraz sposobach ich tworzenia i wykorzystania.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[liEMU2_U02] Potrafi sprawnie pozyskiwać szczegółowe informacje o procesach i zjawiskach ekonomicznych w drodze obserwacji bezpośredniej, planowanego eksperymentu lub kwerendy baz danych oraz gromadzić je i przetwarzać za pomocą nowoczesnych narzędzi informatycznych.	Potrafi sprawnie pozyskiwać oraz gromadzić i przetwarzać szczegółowe informacje o procesach i zjawiskach ekonomicznych za pomocą nowoczesnych narzędzi informatycznych, w szczególności CRM i CEM.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[liEMU2_K02] Potrafi swobodnie komunikować się z otoczeniem na specjalistyczne tematy z zakresu informatyki i ekonometrii w miejscu pracy i poza nim, przekazywać swoją wiedzę oraz dzielić się swoimi umiejętnościami za pomocą różnych środków przekazu. Kulturalnie uczestniczy w dyskusji, nie boi się zadawać pytań i umie wyrażać konstruktywną krytykę.	Potrafi swobodnie komunikować się z otoczeniem na specjalistyczne tematy z zakresu systemów CRM i CEM, w miejscu pracy i poza nim, przekazywać swoją wiedzę oraz dzielić się swoimi umiejętnościami za pomocą różnych środków przekazu. Kulturalnie uczestniczy w dyskusji, nie boi się zadawać pytań i umie wyrażać konstruktywną krytykę.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[liEMU2_K03] Potrafi swobodnie komunikować się z otoczeniem w miejscu pracy i poza nim, przekazywać swoją wiedzę oraz dzielić się swoimi umiejętnościami za pomocą różnych środków przekazu.	Potrafi swobodnie komunikować się z otoczeniem w miejscu pracy i poza nim, przekazywać swoją wiedzę oraz dzielić się swoimi umiejętnościami w zakresie systemów informatycznych, w szczególności CRM i CEM.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	Wykład (15h)		
	1. Założenia CRM i CEM. 2. Narzędzia IT wspierające CRM i CEM. 3. Rynek systemów CRM. 4. Zadania i funkcjonalność systemów CRM. 5. Zadania i funkcjonalność systemów automatyzacji marketingu. 6. Zastosowanie AI w zarządzaniu doświadczeniami (relacjami) z klientami. 7. Kierunki rozwoju systemów CRM.		
	Ćwiczenia (30h)		
	1. Podstawowe funkcje systemu CRM zarządzanie kontami, kontaktami, działaniami. 2. Praca z systemem CRM w obszarze sprzedaży, marketingu i obsługi posprzedażnej. 3. Dostosowanie systemu zarządzanie ustawieniami, prawami dostępu, tworzenie widoków, dashboardów. 4. Budowa spersonalizowanych aplikacji w podejście low/no code tworzenie tabel, formularzy, nawigacji. 5. Budowa aplikacji mobilnych w podejściu low/no code. 6. Tworzenie reguł biznesowych i procesów biznesowych w systemach CRM. 7. Budowa przepływów automatyzacja zadań i procesów w systemach CRM, integracja z innymi rozwiązaniami TI. 8. Integracja CRM z BI. 9. Budowa i wykorzystanie modeli AI w systemach CRM.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	-		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	projekt zaliczeniowy	51.0%	30.0%
	zadania realizowane podczas zajęć	51.0%	40.0%
	test pisemny	51.0%	30.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Roger J. Baran, Robert J. Galka, Customer Relationship Management. The Foundation of Contemporary Marketing Strategy, Taylor & Francis, 2016	
		Materials posted on the Educational Portal	
	Uzupełniająca lista lektur	Buchnowska D., CRM systems and business analytics, [w:] Wrycza S. Maślankowski J. (eds.), Business Informatics. Theory and Practice, PWN, Warsaw 2019, (chapter 18)	
		Błażewicz G., Marketing Automation. Towards artificial intelligence and hyperpersonalization, PWN, Warsaw 2021	
		Błażewicz G., Revolution with Marketing Automation. How to use the potential of Big Data, PWN, Warsaw 2016	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.