

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Systemy klasy CRM, PG_00177817						
Kierunek studiów	Informatyka i ekonometria (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Dorota Buchnowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	45.0	0.0	0.0	60
	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	60		4.0		61.0	125
Cel przedmiotu	<p>Zapoznanie studentów z:</p> <ul style="list-style-type: none"> • założeniami i podstawowymi pojęciami z zakresu CRM i CEM; • zadaniami i funkcjonalnością systemów: CRM, CEM i systemów automatyzacji marketingu; • kierunkami rozwoju systemów CRM. 						

Efekty uczenia się przedmiotu	<p>Efekt kierunkowy</p> <p>[liEMU2_U12] Student potrafi przystosowywać, projektować lub tworzyć oraz eksploatować systemy informatyczne, wspierające funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.</p>	<p>Efekt z przedmiotu</p> <p>Student potrafi dostosowywać i tworzyć spersonalizowane aplikacje wspierające procesy obsługi klienta z wykorzystaniem platform low code.</p>	<p>Sposób weryfikacji i oceny efektu</p> <p>[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta</p>
	<p>[liEMU2_W04] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie złożony charakter roli oraz zachowania człowieka w organizacji lub projektach, zarówno jako jednostki, jak i w wymiarze grupowym oraz organizacyjnym.</p>	<p>Student dyskutuje na temat roli i kompetencji osób biorących udział w tworzeniu i dostosowywaniu systemów CRM w kontekście zmieniających się potrzeb organizacji</p>	<p>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport</p>
	<p>[liEMU2_U03] Student potrafi pozyskiwać i weryfikować dane z właściwie dobranych źródeł, gromadzić je, przetwarzać i wizualizować za pomocą nowoczesnych narzędzi ekonometrycznych, informatycznych lub statystycznych.</p>	<p>student potrafi korzystać z funkcji systemów CRM w zakresie pozyskiwania, przetwarzania i wykorzystywania danych o klientach w celu poprawy jakości i zwiększania efektywności procesów w szczególności w obszarze sprzedaży, marketingu i obsługi klienta.</p>	<p>[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta</p>
	<p>[liEMU2_W05] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie zaawansowane metody, techniki i narzędzia informatyczne, statystyczne lub ekonometryczne wykorzystywane do pozyskiwania, przetwarzania lub wizualizacji danych na potrzeby podejmowania decyzji oraz weryfikacji hipotez badawczych.</p>	<p>(1) Student charakteryzuje funkcje systemów CRM, systemów automatyzacji marketingu oraz wyjaśnia ich znaczenie w realizacji strategii przedsiębiorstwa. (2) Student wyjaśnia możliwości i korzyści z zastosowania wybranych rozwiązań informatycznych (w tym systemów CRM, AI, zautomatyzowanych przepływów) w zakresie poprawy obsługi klienta. (3) Student wskazuje i charakteryzuje kierunki rozwoju systemów informatycznych w obszarze sprzedaży, marketingu i obsługi klienta.</p>	<p>[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny</p>
Treści przedmiotu	<p>Wykład</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Ćwiczenia w laboratorium komputerowym:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawowe funkcje systemu CRM: zarządzanie kontami, kontaktami, działaniami. 2. Praca z systemem CRM w obszarze sprzedaży, marketingu i obsługi posprzedażnej. 3. Dostosowanie systemu CRM: zarządzanie ustawieniami, prawami dostępu, tworzenie widoków, dashboardów. 4. Budowa spersonalizowanych aplikacji w podejściu 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 zautomatyzowanych przepływów zadań i procesów w systemach CRM, integracja z innymi rozwiązaniami IT. 8. Integracja CRM z BI. 9. Budowa i wykorzystanie modeli AI w systemach CRM. 		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa znajomość podstawowych rodzajów systemów informatycznych zarządzania.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<p>Sposób oceniania (składowe)</p> <p>test pisemny</p>	<p>Próg zaliczeniowy</p> <p>51.0%</p>	<p>Składowa oceny końcowej</p> <p>20.0%</p>
	<p>zadania realizowane podczas zajęć</p>	<p>51.0%</p>	<p>40.0%</p>
	<p>projekt zaliczeniowy</p>	<p>51.0%</p>	<p>40.0%</p>

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 opublikowane na Portalu edukacyjnym.
	Uzupełniająca lista lektur	Buchnowska D., Systemy CRM i analityka biznesowa, [w:] Wrycza S., Maślankowski J. (eds.), Informatyka Ekonomiczna. Teoria i zastosowania, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019, (rozdział 18). Błażewicz G., Marketing Automation. W kierunku sztucznej inteligencji i hiperpersonalizacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021. Błażewicz G., Rewolucja z Marketing Automation. Jak wykorzystać potencjał Big Data, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.