

<b>Nazwa zajęć:</b> Zarządzanie relacjami z klientem z wykorzystaniem systemu CRM		Customer relationship management with using the CRM system		
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie			<b>Obowiązuje od roku ak.</b> 2022/2023	
<b>Poziom:</b> I st. licencjacki	<b>Profil:</b> Praktyczny	<b>Grupa zajęć:</b> Specjalnościowe		
<b>Semestr:</b> 5	<b>Forma zaliczenia:</b> E - egzamin	<b>Punkty ECTS:</b> 4	<b>Zajęcia do wyboru:</b> Tak	
<b>Forma zajęć i liczba godzin na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych:</b>			<b>Język zajęć:</b> Polski	
<b>Wykład</b> 30 / 16	<b>Cwiczenia</b> 15 / 8	<b>Suma godzin:</b> 45 / 24		
<b>Specjalność:</b> Marketing i zarządzanie sprzedażą				
<b>Nazwiska osób odpowiedzialnych za zajęcia:</b> mgr Weronika Zięta				
<b>Opis zajęć:</b> Przedmiot przygotowuje do uzyskania jednej z kwalifikacji rynkowych zgłoszonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Na zajęciach studenci uczą się m.in. wyszukiwać, weryfikować i przetwarzać informacje o klientach, niezbędne do zwiększenia efektywności sprzedaży, pochodzące z różnych źródeł. Nabywają umiejętności samodzielnego planowania działań, monitorowania i analizowania przebiegu procesu w systemie CRM oraz dostosowywania planu działań w celu osiągnięcia założonych rezultatów. Uczą się także zabezpieczać i przetwarzać dane osobowe zgodnie z przepisami prawa.				
<b>Cele dydaktyczne:</b>				
Przygotowanie studentów do wykorzystywania oprogramowania CRM w prowadzonych przez siebie procesach, które wymagają budowania i utrzymywania relacji z klientem.				
Przekazanie wiedzy niezbędnej do budowania bazy klientów oraz prowadzenia obsługi klienta z wykorzystaniem systemu CRM				
Rozwinięcie umiejętności niezbędnych do budowania bazy klientów oraz prowadzenia obsługi klienta z wykorzystaniem systemu CRM				
Kształtowanie kompetencji niezbędnych do efektywnej współpracy z zespołami zajmującymi się procesami zarządzania relacjami z klientem.				
<b>Metody dydaktyczne:</b>			<b>Metody oceniania:</b>	
MP1	wykład informacyjny		MO1	egzamin pisemny
MP2	objaśnienie		MO2	aktywność w trakcie zajęć
MP3	praca ze źródłem elektronicznym			
MC1	ćwiczenie praktyczne			
MS1	dyskusja dydaktyczna			
MS2	metoda symulacyjna			

## Wykład

W1	Zarządzanie Relacjami z Klientem - podstawowe informacje
W2	Systemy ERP i CRM - definicje i podstawowe założenia
W3	Moduł CRM
W4	Kanały dotarcia do klienta
W5	Konta klientów - segmentacja i aktualizacja danych
W6	Ochrona Danych Osobowych w CRM
W7	Monitorowanie przebiegu obsługi procesu sprzedaży
W8	Tworzenie lejków sprzedażowych
W9	Konfiguracja systemu CRM
W10	Tworzenie raportów - zasady

## Ćwiczenia

C1	Omówienie systemu ENOVA 365
C2	Zapoznanie z podstawowymi pojęciami systemu
C3	Dodawanie nowego klienta, aktualizacja danych
C4	Tworzenie leadów i transakcji
C5	Tworzenie zdarzeń i zadań

## Literatura podstawowa

1 A. Pukas, Zarządzanie relacjami z klientem w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa - ujęcie dynamiczne, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 2019
2 J. Wyród-Wróbel, Zarządzanie relacjami z klientem, we: Współczesne koncepcje zarządzania, Wydawnictwo Naukowe Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej 2020

## Literatura uzupełniająca

1 J. Cassell, T. Bird, Skuteczna sprzedaż czyli techniki najlepszych handlowców, 2011
2 M. Kaplan, Skuteczne techniki idealnego sprzedawcy, 2017
3 K. Rogoziński, Zarządzanie wartością z klientem, 2012

## Źródła dodatkowe

1 Instrukcja użytkownika systemu ERP Enova 365
--

## Warunki zaliczenia

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest aktywne uczestnictwo w zajęciach oraz uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu złożonego z zadań wykonywanych w systemie ENOVA 365.

## Przykłady pytań zaliczeniowych

## Obciążenie pracą studenta

### Studia stacjonarne/niestacjonarne

Forma pracy studenta	Wykład		Ćwiczenia		Suma	
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	30 g	16 g	15 g	8 g	45 g	24 g
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	15 g	16 g			15 g	16 g
Przygotowanie się do zajęć			10 g	15 g	10 g	15 g
Przygotowanie się do kolokwium						
Realizacja zadanych ćwiczeń i zadań						
Przygotowanie sprawozdania z ćwiczeń			10 g	15 g	10 g	15 g
Przygotowanie projektu / pracy						
Przygotowanie się i udział w egzaminie	10 g	15 g	10 g	15 g	20 g	30 g
	55 g	47 g	45 g	53 g	100 g	100 g

Efekty uczenia się	KEK	Treści kształcenia	Metody dydaktyczne					M. oceniania
rozumie istotę zarządzania relacjami z klientem oraz zna budowę i zastosowanie systemu CRM	K_W01	W1 - W10	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01
rozumie zasady pozyskiwania danych klientów	K_W02	W3 W4	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01
posiada wiedzę niezbędną do wprowadzania i edytowania danych klientów w systemie CRM	K_W03	W3	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01
posiada wiedzę niezbędną do monitorowania przebiegu procesu obsługi klienta	K_W03	W7	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01
posiada wiedzę niezbędną do projektowania lejki sprzedażowych	K_W03	W3 W8	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01
posiada wiedzę niezbędną do sporządzania raportów i tworzenia oferty w systemie CRM	K_W03	W10	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01
posiada wiedzę niezbędną do zarządzania szansą sprzedaży w systemie CRM	K_W03	W8	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01
Monitoruje przebieg procesu	K_U01	C1 C2 C4	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01 M02
Pozyskuje dane klientów. Wprowadza i edytuje dane klientów w systemie CRM. Projektuje lejki sprzedaży w systemie CRM;	K_U03	C1 C2 C4	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01 M02
Zabezpiecza dane zgodnie z obowiązującymi przepisami	K_U06	W6 C3	MP1	MP2	MP3	MC1	MS1 MS2	M01 M02
Tworzy ofertę w systemie CRM. Sporządza raporty	K_U07	C4 C5	MP2	MP3	MC1	MS1	MS2	M01 M02

ma przekonanie o sensie, wartości i potrzebie podejmowania działań z zakresu budowania długotrwałych relacji z klientami	K_K03	W 1-10 C 1-5	MP1 MP2 MP3 MC1 MS1 MS2	M01 M02
--	-------	--------------	-------------------------	---------