**Nazwa przedmiotu:**

Zarządzanie relacjami z klientem

**Koordynator przedmiotu:**

dr Bogumił Czerwiński

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2022/2023

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

2 ECTS:
50h = 15h wykład + 15h projekt + 5h zapoznanie się z literaturą + 2h opracowanie /omówienie w zespole przypadku + 3h przygotowanie prezentacji multimedialnej + 7h opracowanie projektu +3h konsultacje = 50h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

1,3 ECTS:

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

-

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 15h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 15h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 15 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 8 osób do limitu miejsc w Sali laboratoryjnej (projekt)

**Cel przedmiotu:**

Zapoznanie z zasadami budowy systemu zarządzania klientami (CRM) i wykształcenie umiejętności tworzenia założeń jego wdrożenia

**Treści kształcenia:**

Wykład:
1. Pojęcia związane z CRM: lojalność, potrzeby klienta
2. Sposoby definiowania CRM: ujęcie strategiczne, ujęcie marketingowe, ujęcie informatyczne
3. Miejsce CRM w obszarze działań marketingowych
4. Warunki i korzyści stosowania CRM
5. System CRM w przedsiębiorstwie
6. Etapy opracowania i wdrożenia CRM
7. Główne korzyści dla firmy wynikające z wdrożenia CRM
8. Warunki konieczne do wdrożenia CRM
Projekt:
1. Zastosowanie CRM w polskich firmach – analiza studium przypadków
2. Opracowanie projektu z obszaru CRM

**Metody oceny:**

Wykład:
1. Ocena formatywna: Ocenie podlega zdobyta przez studentów wiedza przekazana na wykładzie oraz zaczerpnięta z literatury
2. Ocena sumatywna : przeprowadzenie zaliczenia pisemnego, zwierającego pytania testowe ; ocena z kolokwium w zakresie 2-5; do zaliczenia wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
Projekt:
1. Ocena formatywna: ocena z kolejnych etapów przygotowaniu projektu CRM
2. Ocena sumatywna : średnia z ww. ocen i ocena za obecność na zajęciach
Ocena końcowa z przedmiotu:
Przedmiot uznaje się za zaliczony jeśli zarówno ocena z projektu jak i z wykładu >=3;

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Tyszkiewicz R., 2017. Zarządzanie relacjami z interesariuszami organizacji. Warszawa: Wydawnictwo Placet.
2. Wereda W., 2009. Zarządzanie relacjami z klientem (CRM) a postępowanie nabywców na rynku usług. Warszawa: Difin.
3. Stachowicz-Stanusch A., Stanusch M., 2007. CRM: przewodnik dla wdrażających. Warszawa: Wydawnictwo Placet.
4. Payne A., Frow P., 2013. Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM. Cambridge: Cambridge University Press.
Uzupełniająca:
1. Wojciechowska K., 2020. Customer experience management : moc pozytywnych doświadczeń na ścieżce Twojego klienta. Gliwice: Helion.
2. Kumar V., Reinartz W., 2018. Customer Relationship Management. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

**Witryna www przedmiotu:**

moodle.usos.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka Z1\_WG4 Z1\_WG9:**

Absolwent zna i rozumie metody i narzędzia z zakresu zarządzania relacjami z klientami, analizy ich potrzeb oraz wykorzystuje do tego systemy dedykowane do CRM

Weryfikacja:

Wykład – zaliczenie pisemne (test wiedzy)
Projekt - zaliczenie projektu i obecności na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka Z1\_UW1 Z1\_UW4:**

Absolwent potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do właściwego zarządzania organizacjami, w tym budowania i utrzymywania relacji z klientami

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i obecności na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_UW5:**

Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do analizy potrzeb biznesowych, w tym oczekiwań i potrzeb klientów

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i obecności na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_UW8:**

Absolwent potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do nawiązywania i budowania relacji z interesariuszami organizacji z wykorzystaniem systemów CRM

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i obecności na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka Z1\_KK1:**

Absolwent jest gotowy do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści w szczególności w obszarze systemów zarządzania relacjami z klientem

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i obecności na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_KO4:**

Absolwent jest gotowy do myślenia i działania w sposób racjonalny i przedsiębiorczy, przy wykorzystaniu systemów CRM

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i obecności na zajęciach

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**