

Grupa przedmiotów A: strategia, system, procesy CRM (zwyczajowa kolejność w planie w ramach grupy*)

Strategia, system, zarządzanie zmianą - trzy wymiary CRM

1. Trzy wymiary CRM.

- strategia,
- system,
- zarządzanie zmianą.

2. Bariery zewnętrzne wdrażania CRM.

3. Bariery wewnętrzne wdrażania CRM.

4. Planowanie wdrożenia CRM:

- zakres wdrożenia,
- strategia biznesowa,
- kultura organizacyjna,
- strategia wobec klientów,
- łańcuch kreowania wartości.

Procesy CRM i ich modelowanie

1. Podstawowe procesy CRM:

- elementy i jakość oferty,
- lead management,
- cross-/up-selling,
- loyalty management,
- anti-churn management.

2. CRM w mediach społecznościowych (SCRM):

- cele możliwe do realizacji poprzez media społecznościowe,
- wykorzystanie mediów społecznościowych w procesach CRM.

3. Modelowanie procesów.

- podstawowe wymagania projektowe,
- wybór procesów do modelowania,
- modelowanie procesów.

Projekt biznesowy i techniczny CRM

1. Określanie korzyści związanych z wdrożeniem CRM.

- korzyści ogólnie utożsamiane z CRM,
- korzyści kwantyfikowalne i ich odnośnienie do korzyści finansowych.

2. Możliwości systemów klasy CRM.

- zadania operacyjne,
- zadania analityczne.

3. Wymagania wobec systemu klasy CRM.

- podstawowe wyzwania w tworzeniu wymagań technicznych,
- szczegółowe tworzenie wymagań technicznych.

4. Wdrażanie projektu CRM.

- techniczny projekt wdrożeniowy,
- projekt wdrożeniowy wśród użytkowników końcowych.

Case study wdrożeń systemów CRM i ERP

1. Implementacja systemu klasy CRM w sieci sprzedaży i serwisowej firmy motoryzacyjnej.

2. Zakres wdrożenia:

- wieloetapowe przygotowania organizacyjne - ,
- integracja z innymi systemami i pozostałe wyzwania natury technicznej,
- utrzymanie i rozwój systemu,
- programy wdrożeń i wielomarkowy re-launch wdrożenia w sieci sprzedaży.

3. Dobre praktyki z wdrożeń w innych organizacjach.

Wybór partnera wdrożenia, umowa wdrożeniowa i ochrona danych osobowych

1. Wybór partnera wdrożenia i umowa wdrożeniowa

- kryteria wyboru dostawcy,
- szczególne klauzule umowy licencyjnej i wdrożeniowej,
- analiza wzorów umów pod kątem luk bezpieczeństwa,
- szczegółowe definiowanie potrzeb.

2. Ochrona danych osobowych

- podstawowe pojęcia,
- obowiązki Administratora Bezpieczeństwa Informacji,
- procedury i dokumentacja,
- wniosek rejestracyjny,
- określanie wymogów dt. bezpieczeństwa danych w nowym systemie.

Warsztaty wdrożeniowe programów biznesowych wspieranych systemami CRM

1. Zapoznanie się z case study wdrożenia CRM.

2. Praca nad rozwiązaniem zadania projektowego w ramach własnej grupy.

3. Przegląd rozwiązań wypracowanych przez różne grupy.

4. Podsumowanie case study i całych studiów.

Grupa przedmiotów B: marketingowe wykorzystanie danych klientów

(zwyyczajowa kolejność w ramach grupy*)

Analityka biznesowa

1. Definiowanie celów biznesowych dla działań analitycznych.
 - dwubiegunowa analiza pod kątem realizacji celu marketingowego (czy moje działanie ma szansę na powodzenie) i jej efektywności (czy moje działania przyniosły spodziewany efekt).
2. Klasyfikacja narzędzi analitycznych i ich zastosowanie w projekcie marketingowym:
 - omówienie biblioteki możliwych analiz – CX/UX/wskaźniki/inne
3. Przygotowanie zadań dla analityka.
 - formułowanie pytań biznesowych,
 - bieżący monitoring (weryfikacja algorytmów, zapytań),
 - wstępne wnioskowanie i ewaluacja pytań.
4. Uzupełnianie wiedzy w źródłach zewnętrznych.
 - omówienie dostępnych danych zewnętrznych i prawne aspekty ich wykorzystania.

Marketing automation

1. Narzędzia i procesy MA.
 - moduły komunikacji w ramach platform CRM,
 - definiowanie celów i procesów podlegających automatyzacji komunikacji.
2. Budowanie zespołu MA.
 - kryteria powołania członków zespołu.
3. Powiązanie procesów biznesowych i ścieżek komunikacji.
 - mapowanie procesów i ścieżek,
 - zdefiniowanie wymagań co do kształtu (treść) i sposobu (jak dostarczyć) komunikacji,
 - omówienie potencjalnych ryzyk w procesach.
3. Tworzenie dedykowanych treści do przyjętej strategii komunikacji.
 - przygotowanie specyfikacji treści komunikatów w wybranych procesach.

Wykorzystanie mediów społecznościowych w zarządzaniu relacjami z klientami

1. Internet w liczbach.
2. Oczekiwania klientów vs co myślą marki o oczekiwaniach.
3. Strategia mediów społecznościowych (rynek B2C).
4. Strategia mediów społecznościowych (rynek B2B).
5. Social Media CRM.

Grupa przedmiotów C: Zarządzanie projektami (zwyczajowa kolejność w ramach grupy*)

Podstawy organizacji i zarządzania projektem

1. Przegląd metodyk zarządzania projektami
 - PMBOK - Project Management Institute,
 - Prince 2 - Office for Government Commerce (OGC),
 - IPMA – International Project Management Association,
 - Agile
2. Czym jest projekt:
 - charakterystyczne cechy projektów,
 - sześć składników doskonałości procesów.
3. Zarządzanie projektem i portfelem projektów:
 - menedżer projektu i jego interesariusze,
 - plan strukturalny projektu i jego harmonogramowanie.

Zastosowanie systemów informatycznych w organizacji

1. Rola informacji w systemach zarządzania.
2. Ekosystem systemów informatycznych w przedsiębiorstwach.
3. Architektura zintegrowanych systemów informatycznych. Systemy informatyczne klasy MRPII/ERP.
4. Systemy wspomagające relacje z klientami – klasy CRM. Integracja w systemach ERP, systemy klasy SCM, PLM.
5. Projekty z zakresu analityki danych – Big data vs. Business Intelligence.
6. Rozwiązania responsywne i mobilne.
7. Budowanie społeczności wokół firmy: media społecznościowe vs. rozwiązania dedykowane.

Wdrażanie zintegrowanych systemów informatycznych

1. Wybór zintegrowanego systemu informatycznego.
2. Wdrażanie zintegrowanego systemu informatycznego.
3. Ograniczenia zintegrowanych systemów informatycznych.
4. Bariery wdrażania zintegrowanych systemów informatycznych.

Komunikacja w zespole projektowym IT

1. Budowanie zespołu w projektach IT.
2. Narzędzia komunikacji wewnętrznej.
3. Systemy wsparcia i ich efektywne wykorzystanie w dokumentacji i komunikacji w projekcie.

Narzędzia IT wspierające zarządzanie projektami (MS Project - laboratorium)

Zajęcia case study w laboratorium komputerowym - harmonogramowanie i alokowanie zasobów do poszczególnych etapów projektów w systemie MS

Zarządzanie ryzykiem w projekcie

1. Identyfikowanie ryzyka.
2. Klasyfikowanie ryzyka.
3. Szacowanie wpływu ryzyka.
4. Prewencyjne zarządzanie ryzykiem.
5. Projektowe zarządzanie ryzykiem.

Akredytowane szkolenie certyfikacyjne AGILE BA® oraz AGILE PM®

1. Koncepcja ładu projektu i zespołu w środowisku organizacji:

- strategia,
- ład portfela,
- programu i obszary działalności biznesowej

2. Organizacja zwinna (agile'owa):

- definicja,
- wady i zalety podejścia zwinnego w zarządzaniu projektami,
- wady i zalety podejścia kaskadowego (waterfall'owego) w zarządzaniu projektami,
- kryteria wyboru metodyki dla konkretnego projektu.

3. Anatomia projektu:

- pryncypia,
- fazy cyklu życia projektu
- produkty zarządcze,
- produkty biznesowe
- struktury ról i odpowiedzialności na Poziomie Projektu i Zespołu Rozwoju Rozwiązania,
- sposoby angażowania interesariuszy.

4. Praktyki zwinnego zarządzania projektem:

- wybrane techniki analizy biznesowej,
- sposoby wprowadzania metodyki zwinnego zarządzania projektem do organizacji.

5. Przygotowanie do egzaminu:

- omówienie przebiegu egzaminu,
- rozwiązywanie przykładowych testów.

Zarządzanie zmianą

1. Kulturowe uwarunkowania zmiany

- piramida kultury organizacyjnej,
- typologia wartości kultury organizacyjnej,
- model wartości konkurujących,
- badanie kultury organizacyjnej,
- role kierownicze w kulturze organizacyjnej,
- kultury brzegowe,
- koncepcja integralna kultury organizacyjnej AQAL.

2. Projektowanie i wdrażanie zmian

- elementy składowe projektu zmian,
- doświadczenie organizacyjne w zmianie,
- złożoność organizacyjna, złożoność i głębokość zmiany,
- przygotowanie projektu zmiany - model 10CION,
- opór wobec zmiany,
- przeprowadzenie zmiany.

3. Współdziałanie z pracownikami w procesie zmiany

- środowisko uczenia się,
- action learning,
- diagnoza potrzeb i deficytów pracowniczych.

Grupa przedmiotów D: Zarządzanie zespołem (zwyczajowa kolejność w ramach grupy*)

Rozwój osobisty kierownika projektu - warsztaty aktorskie

Emisja głosu i świadomości głosu.

1. Rozgrzewka głosowa.
2. Świadomość oddechu i wydobywania głosu.
3. Odpowiednie posługiwanie się głosem podczas przemawiania.
4. Pewność siebie w głosie.

Autoprezentacja

1. Świadomość ciała podczas prezentacji.
2. Gestykulacja (mowa ciała).
3. Świadomość gestykulacji.
4. Odpowiednia prezencja podczas autoprezentacji.
5. Walka ze stresem podczas przemawiania przed audytorium.

Psychologia w zarządzaniu

1. Grupa i proces grupowy, problemy i efektywność zespołów.
2. Miejsce jednostki w zespole: role, talenty, zachowania.
3. Style przywództwa i ich właściwy dobór.
4. Motywacja i motywowanie w kontekście samodzielności i zaangażowania pracowników – udzielanie wsparcia, motywacja wewnętrzna, perswazja i partycypacja.

Coaching w zarządzaniu projektami - warsztaty.

1. Wybór modelu motywacyjnego w zależności od kultury organizacyjnej i indywidualnych cech pracownika.
2. Techniki wpływania na ludzi i budzenia motywacji do podejmowania trudu zmiany (organizacyjnej, w osobistym postępowaniu).
3. Organizacja spotkań konsultacyjno-rozwojowych dla zespołu.
4. Przeprowadzanie rozmów dyscyplinująco-motywujących ze stawiającymi bariery komunikacyjne członkami zespołu.

Szkolenia i motywacja użytkowników systemu

1. Podstawowe założenia programów konsultacyjno-rozwojowych (PKR).
2. Wybór modeli wdrożenia w oparciu o wyniki PKR.
3. Podstawowe zasady prowadzenia efektywnych szkoleń.
4. Instrumenty zarządzania działaniami - zapewnienie ciągłości wdrożenia.
5. Budowa programów wdrożeniowych i kontrolno/wspierających w oparciu o obserwację efektów wdrożenia.
7. Wykorzystanie narzędzi do badania ciągłości wdrożenia systemu IT.
8. Techniki interwencyjne - utrzymanie ciągłości wdrożenia.

*Kolejność zajęć w aktualnej edycji studiów podyplomowych podawana jest przyjętym słuchaczom drogą mailową. Zajęcia z poszczególnych grup przedmiotów realizowane są naprzemiennie)