



Wdrażanie systemów CRM w przedsiębiorstwie

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Cyfrowe łańcuchy dostaw	Cykl dydaktyczny 2025/2026	
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPCLDS.22B.206094.25	
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski	
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B	
Profil kształcenia ogólnoakademicki		
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusu	Bartosz Deszczyński	
Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie się z trzema wymiarami zarządzania relacjami z klientami (CRM): strategią, systemami informatycznymi i procesem zarządzania zmianą w organizacji.
C2	Rozwijanie umiejętności w zakresie mapowania, optymalizacji i pomiaru efektywności procesów CRM.
C3	Uświadomienie sobie na czym polega rola kierownika projektu wdrożenia systemu informatycznego klasy CRM.

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.2	student krytycznie ocenia alternatywy w celu wypracowania optymalnego rozwiązania
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_2.1	student wykorzystuje umiejętność budowania zespołu do realizacji zadań grupowych
CS2_2.2	student wykazuje umiejętności przywódcze i efektywnie pracuje w zespole
CS2_2.3	student przygotowuje prace pisemne i prezentacje ustne zgodnie ze standardami akademickimi
CS2_3.1	student rozumie i docenia, jak względy etyczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju wpływają na decyzje biznesowe
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju
CS2_3.3	student rozumie i docenia inne kultury oraz międzynarodową i społeczną różnorodność

Wymagania wstępne

Wiedza o:

- klasach systemów informatycznych stosowanych w logistyce,
- zastosowaniach narzędzi elektronicznych w komunikacji marketingowej.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Studenci identyfikują założenia relacyjnego modelu biznesowego.	K2_W04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Studenci charakteryzują procesy CRM oraz rozróżniają wskaźniki relacyjne RFM, CLV i NPS.	K2_W05, K2_W06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie
W3	Studenci formułują zasady 'IT governance' w ramach projektów wdrożeniowych systemów informatycznych klasy CRM.	K2_W05, K2_W06	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie
Umiejętności			
U1	Studenci rozwiązują problemy pojawiające się we wdrażaniu CRM w przedsiębiorstwie.	K2_U05, K2_U06, K2_U08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie
U2	Studenci optymalizują procesy CRM.	K2_U05, K2_U06, K2_U08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie
U3	Studenci opracowują projekt wdrożenia systemu informatycznego klasy CRM.	K2_U05, K2_U06, K2_U08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie
Kompetencje społecznych			

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
K1	Studenci są zorientowani na wypracowanie rozwiązań postawionych problemów uwzględniając przy tym osiągnięcie celów biznesowych z poszanowaniem zasad etyki.	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie
K2	Studenci są otwarci na wymianę poglądów i twórczy dialog.	K2_K01, K2_K02, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zarządzanie relacjami z klientami (Customer Relationship management - CRM). Trzy wymiary: strategia marketingu relacyjnego, systemy informatyczne klasy CRM, zarządzanie zmianą w organizacji.	C1	W1, U1
2.	Proces lead management (zarządzanie szansami sprzedaży).	C2	W2, U1, U2, K1, K2
3.	Proces cross-/up-selling.	C2	W2, U1, U2, K1, K2
4.	Proces zarządzania lojalnością.	C2	W2, U1, U2, K1, K2
5.	Proces zarządzania przeciwdziałaniem odchodzeniu klientów.	C2	W2, U1, U2, K1, K2
6.	Optymalizacja procesów CRM.	C2	W2, U1, U2, K1, K2
7.	Przygotowanie projektu wdrożenia systemu informatycznego klasy CRM.	C3	W3, U1, U3, K1, K2
8.	Wdrożenie kompleksowego programu CRM w przedsiębiorstwie.	C3	W3, U1, U3, K1, K2

Literatura

Obowiązkowa

1. Wirtz, J. (2019). Managing customer relationships and building loyalty. WS Professional.
2. Shaalan, S., Royer, T. (2023). Wprowadzenie do Salesforce : Jak zoptymalizować sprzedaż i marketing. Helion.
3. Pukas, Anetta. (2019). Zarządzanie relacjami z klientem w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa - ujęcie dynamiczne. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Zalecana

1. Deszczyński, B. (2021). Firm Competitive Advantage Through Relationship Management. Cham: Palgrave Macmillan.
2. Deszczyński, B. (2022). Does CRM Technology Help in Achieving Sustainable Competitive Advantage? Problemy Zarządzania, 20, 127-147. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.97.7>
3. Deszczyński, B., & Beręsewicz, M. (2021). The maturity of relationship management and firm performance - A step toward relationship management middle-range theory. Journal of Business Research, 135, 358-372. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.026>

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Gra dydaktyczna, Analiza przypadków

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Ćwiczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy, Praca w grupie	Przygotowanie grupowego projektu wdrożenia CRM w przedsiębiorstwie.

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Przygotowanie projektu	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_W05	absolwent dobiera metody i narzędzia, w tym narzędzia statystyczne, matematyczne i informatyczne pozwalające opisywać i analizować podmioty gospodarcze funkcjonujące na rynku oraz procesy i zjawiska w nich i między nimi zachodzące, a także wspomagające procesy podejmowania decyzji ze szczególnym uwzględnieniem technologii informacyjno-komunikacyjnych i problemów zrównoważonego rozwoju
K2_W06	absolwent dobiera techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać i analizować podmioty gospodarcze funkcjonujące na rynku oraz procesy i zjawiska w nich i między nimi zachodzące, a także wspomagające procesy podejmowania decyzji ze szczególnym uwzględnieniem technologii informacyjno-komunikacyjnych i problemów zrównoważonego rozwoju
K2_K01	absolwent jest gotów do krytycznego podejścia do otaczającej rzeczywistości gospodarczej i problemów zarządzania łańcuchami dostaw
K2_K02	absolwent jest gotów do podejmowania odpowiedzialnych zobowiązań społecznych, a także profesjonalnego budowania relacji społecznych i biznesowych
K2_K03	absolwent jest gotów do kierowania się interesem publicznym w podejmowanych działaniach i decyzjach ekonomicznych
K2_K04	absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy
K2_U05	absolwent wykorzystuje programy komputerowe w zakresie pozyskiwania i analizy danych, niezbędnych w pracy zawodowej
K2_U06	absolwent komunikuje się, formułuje prace pisemne i raporty, opierając się na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych
K2_U08	absolwent współpracuje w zespole, przyjmuje różne role zespołowe, a także posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na osiągnięcie celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań zawodowych
K2_W04	absolwent określa w pogłębionym stopniu społeczno-ekonomiczne i prawne a także etyczne i środowiskowe uwarunkowania działalności gospodarczej

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Bartosz Deszczyński