



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	studia stacjonarne:	Z-ZB-413b
	studia niestacjonarne:	Z-ZBN-413b
Nazwa przedmiotu	Wirtualizacja relacji z klientami	
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Virtualization of Customer Relationship	
Obowiązuje od roku akademickiego	2026/2027	

USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	ZARZĄDZANIE BIZNESOWE
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Zakres	Wszystkie zakresy
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Organizacji
Koordinator przedmiotu	dr Marcin Szplit
Zatwierdził	dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów		Przedmiot specjalnościowy
Status przedmiotu		Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć		Polski
Usytuowanie w planie studiów - semestr	studia stacjonarne	Semestr IV
	studia niestacjonarne	Semestr IV
Wymagania wstępne		Organizacja i zarządzanie, marketing
Egzamin (TAK/NIE)		NIE
Liczba punktów ECTS		2

Forma prowadzenia zajęć		wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	studia stacjonarne:	15	15			
	studia niestacjonarne:	9	9			

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Ma wiedzę na temat procesów i mechanizmów funkcjonowania współczesnej gospodarki i form handlu z uwzględnieniem modeli biznesowych i trendów w zakresie cyfryzacji działań biznesowych.	ZB1_W03
	W02	Zna obowiązujące normy prawne w zakresie tworzenia i rozwijania e-commerce, wirtualizacji relacji z klientem oraz ochrony danych partnerów i klientów w procesach biznesowych.	ZB1_W08
	W03	Zna metody i narzędzia marketingowe do rozwijania działalności biznesowej i handlowej oraz budowania relacji z klientami na rynku lokalnym, krajowym i międzynarodowym z uwzględnieniem systemu e-commerce.	ZB1_W10
Umiejętności	U01	Umie zaprojektować, obsługiwać i rozwijać relacje wirtualne z klientem w systemie e-commerce szczególnie w zakresie: wirtualnej sprzedaży i obsługi klienta, działań marketingowych oraz logistycznych.	ZB1_U06 ZB1_U07
	U02	Potrafi tworzyć i podtrzymywać relacje biznesowe z wykorzystaniem środowiska wirtualnego.	ZB1_U08 ZB1_U09
	U03	Potrafi zidentyfikować rolę i miejsce przedsiębiorstwa w systemie gospodarczym, tworzyć i rozwijać modele biznesowe w środowisku wirtualnym.	ZB1_U06
Kompetencje społeczne	K01	Jest gotów współdziałać i pracować w grupie, skutecznie komunikować się oraz postępować etycznie w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych.	ZB1_K03
	K02	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania, marketingu i tworzenia relacji z klientem na rzecz interesu przedsiębiorstwa i społecznego.	ZB1_K04
	K03	Jest gotów podejmować decyzje i ponosić za nie odpowiedzialność, stworzyć i stosować zasady umożliwiające efektywną współpracę z partnerami, klientami i współpracownikami w zespole.	ZB1_K08

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	Modele handlu z uwzględnieniem e-commerce, rodzaje klientów, rodzaje relacji z klientem, proces obsługi klienta wirtualnego, lejek sprzedażowy, cykl życia klienta, kombinacja kanałów logistycznych, rodzaje marketingu wykorzystywanego w relacjach wirtualnych, ocena efektywności wirtualnych strategii marketingowych, obsługa logistyczna, działania wspierające – system in service, geolokalizacja.
ćwiczenia	Modele handlu, relacje wirtualne z klientem – analiza przypadków, projektowanie systemu relacji z klientem.

METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne (obserwacja)
W01			X			
W02			X			
W03			X			
U01				X		
U02				X		
U03				X		
K01				X		X
K02				X		X
K03				X		X

FORMA I WARUNKI ZALICZENIA

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	zaliczenie z oceną	Uzyskanie co najmniej 50% możliwych punktów z kolokwium semestralnego.
ćwiczenia	zaliczenie z oceną	Opracowanie projektu wirtualizacji relacji z klientem i procedur ich obsługi wg podanych wytycznych. Praca zespołowa.

NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS												
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta										Jed- nostka
		studia stacjonarne					studia niestacjonarne					
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	W	C	L	P	S	W	C	L	P	S	h
		15	15				9	9				
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2	2				2	2				h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	34					22					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	1,4					0,9					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	16					28					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	0,6					1,1					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	25					25					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	1					1					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	50					50					h
10.	Punkty ECTS za moduł 1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta	2										ECTS

LITERATURA

1. Doligalski T., (2013), *Internet w zarządzaniu wartością klienta*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
2. Dyche J., (2002), *CRM. Relacje z klientami*, wyd. Helion, Gliwice.
3. Geffroy E. K., (1996), *Clienting. Jedyne co przeszkadza to klient*, wyd. Placet, Warszawa.
4. Kierkowska P., (2007), *E-biznes. Relacje z klientem*, wyd. Helion, Gliwice.
5. Kumar V., Werner R., (2018), *Customer Relationships Management*, Springer-Verlag Berlin and Heidelberg GmbH & Co. KG.
6. Kvedare M., Nyman Ch. M., (2021), *The Virtual Sales Handbook: A Hands-on Approach to Engaging Customers*, Wiley.
7. Rehulka P., Bures I., (2006), *10 zasad budowania trwałych relacji z klientem*, wyd. Helion, Gliwice.