SUBJECT DATASHEET

CRM SYSTEMS IN PRACTICE

BMEGT20ML46

I. SUBJECT DESCRIPTION

1. SUBJECT DATA

Subject name
CRM SYSTEMS IN PRACTICE

ID (subject code) BMEGT20ML46

Type of subject
contact lessons

Course types and lessons

Type	*Lessons*
Lecture	1
Practice	0
Laboratory	0

Type of assessment
exam grade

Number of credits
3

Subject Coordinator

Name	*Position*	*Contact details*
Dr. Danyi Pál	associate professor	danyi.pal@gtk.bme.hu

Educational organisational unit for the subject
Department of Management and Business Economics

Subject website
https://edu.gtk.bme.hu

Language of the subject
magyar - HU

Curricular role of the subject, recommended number of terms
Programme: **Marketing MSc from 2017/18/Term 1**
Subject Role: **Compulsory elective**
Recommended semester: **2**

Programme: **Marketing MSc from 2019/20/Term 1**
Subject Role: **Compulsory elective**
Recommended semester: **4**

Programme: **Accounting Master's Programme from 2019/20/Term 1**
Subject Role: **Elective**
Recommended semester: **0**

Programme: **Master of Business Administration MSc from 2017/18 Term 1**
Subject Role: **Elective for the specialisation**
Recommended semester: **0**

Programme: **Master of Business Administration MSc from 2018/19 Term 1**
Subject Role: **Elective**
Recommended semester: **0**

Programme: **Master of Business Administration MSc from 2019/20 Term 1**
Subject Role: **Elective**
Recommended semester: **0**

Direct prerequisites

Strong	None
Weak	None
Parallel	None
Exclusion	None

Validity of the Subject Description
Approved by the Faculty Board of Faculty of Economic and Social Sciences, Decree No: 580005/7/2022. Valid from: 26.01.2022.

2. OBJECTIVES AND LEARNING OUTCOMES

Objectives

The aim of the course is to introduce Customer Relationship Management (CRM) systems, which are essential in business. Today, almost all medium and large companies already have CRM systems that intertwine the areas of marketing, sales and IT. CRM has become one of the most critical systems for a "business," so it's important for everyone to understand what features the most successful implementations work with and what challenges they face. The subject has a practical approach: the student can obtain information about many specific systems and their operation. The speakers have many years of personal experience in implementing large and small company CRM systems. No prior IT knowledge is required to understand the subject. We do not give an IT presentation, but we pass on the CRM knowledge needed by all marketers. Elements of knowledge that need to be known in every company in order for marketing to work better, more efficiently, with computer support, be it a financial institution, a telecommunications service provider, a pharmaceutical company, or a commercial company. The essence of our approach is that the students of the course should be able to successfully participate in the implementation of a CRM system as a business analyst, needs manager or process expert in case of developing a new system or modifying or updating an existing system.

Academic results

Knowledge

1. Have knowledge of the basic concepts, theories and connections of CRM systems
2. Learned the basic CRM functionalities.
3. Learned several specific, operating CRM systems that can be used to support corporate marketing and sales processes.
4. Understand the differences between different types of CRM.
5. Mastered the most important steps in the development and operation of CRM systems.

Skills

1. Are able to critically review and evaluate the CRM system operating in their company or enterprise by applying the learned theories and methods.
2. Are able to make proposals for the renewal and supplementation of the existing CRM system.
3. Are able to articulate the needs for a new CRM system to be implemented in your company.
4. Have the ability to work with IT colleagues to improve current CRM processes

Attitude

1. Will be receptive to the use of new CRM tools and functionalities.
2. Understand the application possibilities of 21st century technological innovations.

Independence and responsibility

1. Under general professional supervision, learn and perform the specified tasks independently.
2. Actively participate in classes and project assignments.
3. Take responsibility for their analyses, conclusions and decisions

Teaching methodology

Lectures, written and oral communication, use of IT tools and techniques during the lecture and optional tasks to be done independently

Materials supporting learning

- Danyi Pál-Kiss László: CRM rendszerek a gyakorlatban, oktatási segédlet, BME
- A. Payne: CRM kézikönyv, HVG könyvek, 2007
- CRM rendszerekről szóló HBR és McKinsey tanulmányok, valamint HBS esettanulmányok (case studies).
- CRM témáról szóló szakcikkek és tanulmányok (a tantárgy oktatási lapján rendszeresen aktualizált).

II. SUBJECT REQUIREMENTS

TESTING AND ASSESSMENT OF LEARNING PERFORMANCE

General Rules

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények értékelése önként vállalt projektfeladat, illetve vizsga alapján történik.

Performance assessment methods

A) Szorgalmi időszakban végzett teljesítményértékelések részletes leírása: Órai részvétel (25%): A hallgatók órai részvételét és aktivitását
az oktató(k) a szorgalmi időszak végén értékelik. Az elérhető max. pontszám 25. B) Vizsgaidőszakban végzett teljesítményértékelés A vizsga írásbeli teljesítményértékelést jelent. Az írásbeli vizsga kiváltható otthon elkészített projektfeladat beadásával, tehát a hallgatónak a szorgalmi időszak végéig döntenie kell, hogy projektfeladatot ad be, vagy írásban tesz vizsgát. 1. Projekt házi feladat (75%): 10 oldalas dolgozat készítése a félév során kiadott témakörökben és a dolgozat rövid szóbeli megvédése. A teljesítéssel maximum
75 pont, azaz 100% vizsga-részarány szerezhető, tehát az írásbeli vizsga ezzel a feladattal kiváltható. Az oktató döntése alapján egyes projektfeladatok szóbeli beszámoló alól felmentést kaphatnak. 2. Az írásbeli vizsga max. 50 perces, és 50 darab feleletválasztós illetve esettanulmányi kérdést tartalmaz. A vizsgateszten max. 75 pont érhető el. A vizsgaidőszakban leadott projektfeladat kiválthatja a vizsgatesztet a hallgató döntése alapján: ha a hallgató mindkettőt teljesítette, akkor a jobb eredmény számít.

Percentage of performance assessments, conducted during the study period, within the rating

- **órai részvétel**: 25%
- **összesen**: 25%

Percentage of exam elements within the rating

- **Írásbeli teljesítményértékelés (vizsgateszt)**: 75%
- **órai részvétel**: 25%
- **összesen**: 100%

Conditions for obtaining a signature, validity of the signature

Nincs aláírás megszerzési kötelezettség.

Issuing grades

Excellent	91-100
Very good	87,5–90
Good	75–87
Satisfactory	62–74,5
Pass	50–61,5
Fail	0-49

Retake and late completion

1) Az egyes évközi teljesítményértékelésekhez nem tartozik egyenkénti minimumkövetelmény. 2) A határidőre be nem adott projektfeladat
nem pótolható, ill. a beadott feladat nem javítható. 3) A vizsgateszt újbóli megírása, pótlása, javítása a mindenkor érvényes vizsgaszabályzat
szerint.

Coursework required for the completion of the subject

részvétel a kontakt tanórákon	6x2=12
felkészülés az órákra	6x2=12
Projektfeladat elkészítése vagy kijelölt írásos tananyag önálló elsajátítása és vizsgafelkészülés	64
Vizsga ill. projektbeszámoló	2
összesen	90

Approval and validity of subject requirements

III. COURSE CURRICULUM

THEMATIC UNITS AND FURTHER DETAILS

Topics covered during the term

A 2.2. pontban megfogalmazott tanulási eredmények eléréséhez a tantárgy a következő tematikai blokkokból áll.

1 CRM rendszerekről általában: alapfogalmak, történet, fajtái: operatív, analitikus és együttműködő CRM

2 CRM rendszerek funkciói I: értékesítési csatorna menedzsment, call/contact centerek, kampány menedzsment és kontrolling, rendelés menedzsment, teljesítményértékelés

3 CRM rendszerek funkciói II: ügyfélszolgálat automatizálás, 360 fokos ügyfélkép, ügyfélérték, lojalitás programok, real-time döntéshozatal. xRM platformok.

4 Analitikus CRM rendszerek és üzleti intelligencia

5 CRM rendszerek implementálása, iparági tapasztalatok.

6 Sikeres online CRM-ek bemutatása (miniCRM és/vagy Salesforce CRM

Additional lecturers

Kiss László vendégoktató kiss.laszlogy@gmail.com

Approval and validity of subject requirements