FIŞA DISCIPLINEI

1. **Date despre program**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1 Instituţia de învăţământ superior | **Universitatea „Dunărea de Jos” din Galaţi** |
| 1.2 Facultatea | **Facultatea de Economie şi Administrarea Afacerilor** |
| 1.3 Departamentul | **Administrarea Afacerilor** |
| 1.4 Domeniul de studii | **Informatică economică** |
| 1.5 Ciclul de studii | **Masterat** |
| 1.6 Programul de studii | **Sisteme Inteligente pentru Afaceri** |

1. **Date despre disciplină**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2.1 Denumirea disciplinei | | | **Analiza datelor in cadrul sistemelor de tip CRM** | | | | | | |
| Cod disciplină | | | | **D** | | | | | |
| 2.2 Titularul activităţilor de curs | | | | **Prof. dr. Alexandru Căpățînă** | | | | | |
| 2.3 Titularul activităţilor de seminar | | | | **Prof. dr. Alexandru Căpățînă** | | | | | |
| 2.4 Anul de studiu | **I** | 2.5 Semestrul | | | **I** | 2.6 Tipul de evaluare | **E** | 2.7 Regimul disciplinei | **Ob** |

1. **Timpul total estimat** (ore pe semestru al activităţilor didactice)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3.1 Număr de ore pe săptămână | | 3 | | din care: 3.2 curs | 2 | 3.3 seminar/laborator | 1 |
| 3.4 Total ore din planul de învăţământ | | 42 | | din care: 3.5 curs | 28 | 3.6 seminar/laborator | 14 |
| Distribuţia fondului de timp | | | | | | | ore |
| Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe | | | | | | | 8 |
| Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate şi pe teren | | | | | | | 12 |
| Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri | | | | | | | 20 |
| Tutoriat | | | | | | | 4 |
| Examinări | | | | | | | 6 |
| Alte activităţi: | | | | | | | 6 |
| **3.7 Total ore studiu individual** | **133** | |  | | | | |
| **3.8 Total ore pe semestru** | **175** | |
| **3. 9 Numărul de credite** | **7** | |

1. **Precondiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 4.1 de curriculum | * Managementul relațiilor cu clienții |
| 4.2 de competenţe |  |

1. **Condiţii** (acolo unde este cazul)

|  |  |
| --- | --- |
| 5.1. de desfăşurare a cursului | * Sala de curs dotata cu videoproiector, ecran de proiecție, computer |
| 5.2. de desfăşurare a seminarului/laboratorului | * Sala de laborator în care poate fi instalată aplicația informatică Microsoft Dynamics CRM |

|  |  |
| --- | --- |
| **6. Competenţele specifice acumulate** | |
| **Competenţe profesionale** | * Aplicarea de metode, tehnici şi proceduri pentru construirea și menținerea unor relații profitabile cu clienții prin furnizarea de valoare și satisfacție clientului * Definirea conceptelor şi metodelor privind utilizarea bazelor de date, informaţii şi cunoştinţe în procesul de analiză a datelor referitoare la clienți * Explicarea conceptelor şi metodelor privind înțelegerea conceptelor cheie, tehnologiilor și bunelor practici ale analizelor multidimensionale de tip CRM |
| **Competenţe transversale** | * Identificarea rolurilor şi responsabilităţilor într-o echipă plurispecializată şi aplicarea de tehnici de relaţionare şi muncă eficientă în cadrul echipei; * Identificarea oportunităţilor de formare continuă şi valorificarea eficientă a resurselor şi tehnicilor de învăţare pentru propria dezvoltare. |

1. **Obiectivele disciplinei** (reieşind din grila competenţelor specifice acumulate)

|  |  |
| --- | --- |
| 7.1 Obiectivul general al disciplinei | - Înţelegerea modului de creare a unui model conceptual de analiză a datelor de tip CRM prin instrumente software specifice |
| 7.2 Obiectivele specifice | * O viziune asupra organizării unui sistem CRM și integrării acesteia cu sistemul de Business Intelligence. * O înțelegere a propunerii de valoare CRM pentru diferite piețe verticale * Familiarizarea cu diferite soluții tehnologice CRM (Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM, soluții open source) * Cunoașterea ciclului de viață al CRM aplicat la interacțiunile cu clienții * Achiziția de cunoștințe despre analiza și utilizarea datelor despre clienți * O înțelegere a strategiilor CRM în contexte de vânzări, marketing și servicii pentru clienți * O înțelegere a impactului CRM asupra experienței, satisfacției și loialității clienților prin analize multidimensionale a datelor despre clienți |

1. **Conţinuturi**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8. 1 Curs** | **Metode de predare** | **Observaţii** |
| Componenta strategică a unui sistem CRM (definire obiective, segmentare clienți, propunere de valoare) | Prelegere, dezbatere, studii de caz | 4 ore |
| Componenta procesuală a unui sistem CRM (analize pe ciclul de viață a clientului și pe experiența clientului) | Prelegere, dezbatere, studii de caz | 4 ore |
| Componenta analitică a unui sistem CRM (managementul datelor asociate segmentării clienților) și proiectarea de modele predictive | Prelegere, dezbatere, studii de caz | 4 ore |
| Componenta tehnologică a unui sitem CRM (infrastructura necesară, arhitecturi de date de tip CRM, instrumente software specifice) | Prelegere, dezbatere, studii de caz | 8 ore |
| Proiectarea unui model conceptual pentru analiza datelor de tip CRM | Prelegere, studii de caz | 2 ore |
| Testarea ipotezelor aferente unui model conceptual pentru analiza datelor de tip CRM | Prelegere,  Dezbatere, studii de caz | 4 ore |
| Analiza de tip cluster în bazele de date de tip CRM | Prelegere, dezbatere, studii de caz | 2 ore |
| **8. 2 Laborator/Proiect** | **Metode de predare** | **Observaţii** |
| Înțelegerea modulelor software-ului Microsoft Dynamics CRM (Marketing, Vânzări, Customer Support) | Folosirea calculatoarelor dotate cu software Microsoft Dynamics CRM | 2 ore |
| Managementul oportunităților de vâzări | 2 ore |
| Analiza multidimensională a vânzărilor | 2 ore |
| Realizarea de predicții asupra comportamentului clienților | 2 ore |
| Managementul campaniilor de atragere și fidelizare a clienților | 2 ore |
| Analize de tip OLAP | 2 ore |
| Managementul activităților de Customer Support | 2 ore |

|  |
| --- |
| Bibliografie   1. Chorianopoulos QA. (2016). Effective CRM using predictive analytics, Willey 2. Simoes D. (2021). The Contribution of Data Science Applied to Customer Relationship Management: A Systematic Literature Review, IGI Global 3. Linoff, G. S., & Berry, M. J. (2011). Data mining techniques: for marketing, sales, and customer relationship management. John Wiley & Sons.. <http://www.academia.dk/BiologiskAntropologi/Epidemiologi/PDF/SPSS_Statistical_Analyses_using_SPSS.pdf> 4. <https://www.tutorialspoint.com/microsoft_crm/microsoft_crm_tutorial.pdf> |

1. **Coroborarea conţinuturilor disciplinei cu aşteptările reprezentanţilor comunităţii epistemice, asociaţiilor profesionale şi angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului**

* Corelarea abilităților dobândite de studenți cu cerințele pietei muncii in materie de tehnici de analiza a datelor referitoare la comportamentul clienților

1. **Evaluare**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Tip activitate | 10.1 Criterii de evaluare | 10.2 metode de evaluare | 10.3 Pondere din  nota finală |
| 10.4 Curs | Verificarea conceptelor teoretice. | Examen test grilă (3 puncte) | 30% |
| 10.5 Seminar/laborator | Evaluarea gradului de înțelegere si aplicare a tehnicilor de analiza  a datelor de tip CRM pe bază de portofoliu | Prezentare proiect analiză date de tip CRM | 70% |
| 10.6 Standard minim de performanţă | | | |
| * Obținerea notei minime pentru promovarea examenului | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Data completării  20.09.2021 | Semnătura titularului de curs | Semnătura titularului de seminar |
| Data avizării în departament  27.09.2021 | Semnătura directorului de departament  Prof.univ.dr. Cristache Nicoleta | |