



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«CRM-системы»

(протокол решения Ученого совета № 4/Д от 11.01.2021 г.)

Направление подготовки
09.03.03 Прикладная информатика

Направленность
«Прикладная информатика в экономике»

Квалификация выпускника
«Бакалавр»

Форма обучения (год набора)
очная (2021, 2022)
заочная (2021, 2022)

Рабочая программа дисциплины «CRM-системы».

Автор(ы):

старший преподаватель факультета
очного обучения



Куликова Е.В.

Рецензент(ы): Пестова С.Ю., доцент кафедры «Прикладная информатика в экономике»
ФГБОУ ВО «Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (СИБАДИ)», к.пед.н.

Рабочая программа рассмотрена руководителем ОПОП:



Куликова Е.В.

Рабочая программа одобрена Ученым советом института (протокол № 4/Д от 11 января 2021 г.)

(с изменениями и дополнениями от 01 сентября 2021 г., протокол решения УС № 1)

(с изменениями и дополнениями от 26.01.2022 г., протокол решения УС № 6)

Нормативно-правовую базу разработки рабочей программы дисциплины составляют:

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 922)

- Приказ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 05 апреля 2017 г. № 301.

- Приказ «Об утверждении порядка перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования» от 12 сентября 2013 г. № 1061.

- Основная профессиональная образовательная программа высшего образования направления подготовки бакалавриата 09.03.03 Прикладная информатика (направленность «Прикладная информатика в экономике»), утвержденная ректором 11.01.2021.

- Положение о комплектах оценочных материалов основной профессиональной образовательной программы высшего образования в АНОО ВО «Сибирский институт бизнеса и информационных технологий», утвержденное ректором 31.08.2020 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Цель дисциплины «CRM-системы» - изучение вопросов, охватывающих основные теоретические и прикладные аспекты управления взаимоотношениями с клиентами, основные тенденции и перспективы развития клиенто-ориентированных решений, а также освоение современных программных средств, используемых для управления клиентской базой; развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений.

Задачи дисциплины:

- формирование методически обоснованных представлений о современных подходах к управлению взаимодействия с заказчиками (клиентами) с помощью CRM-систем;
- изучение основных приемов и методов организации работы в CRM-системах;
- формирование умений внедрения и эксплуатации CRM-систем и применения их в практической деятельности;
- формирование учебной самостоятельности студентов.

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1 Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению информационных систем, адаптации и настройке информационных систем бизнес-процессам организации	ПК-1.1 Знает структуру, функциональные возможности, технологию проектирования типовой информационной системы; инструменты и методы моделирования бизнес-процессов; современные модели и стандарты информационного взаимодействия систем; программные средства и платформы инфраструктуры информационных технологий организаций	Знать: 1. Методы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе использования CRM-систем 2. Типы и технологии CRM-систем, категории программных продуктов класса CRM 3. Функциональные возможности CRM-системы для автоматизации учета клиентов, продажи работы со сделками
	ПК-1.2 Умеет анализировать исходную документацию, моделировать бизнес- процессы в типовой информационной системе и выполнять описание бизнес-процессов на основе исходных данных; разрабатывать прототип ИС на базе типовой ИС в соответствии с требованиями; документировать требования к информационной системе	Уметь: 1.Выбирать технологию и тип CRM-системы в зависимости от поставленной задачи 2.Выполнять стандартные задачи профессиональной деятельности на основе использования CRM-системы 3.Адаптировать и настраивать CRM-систему под бизнес-требования
ПК-5 Способен настраивать, эксплуатировать и обслуживать информационные системы и сервисы	ПК-5.1 Знает особенности инсталляции информационных систем, настройки и обновления; режимы эксплуатации системы и процедуру ввода в эксплуатацию информационной системы	Знать: 1.Процедуру и особенности установки и настройки CRM-систем

	ПК-5.2 Умеет устанавливать и настраивать программное обеспечение и оборудование для оптимального функционирования информационных систем; выполнять сопровождение ввода в эксплуатацию информационных систем и сервисов	Уметь: 1. Проверять соответствия рабочих мест требованиям CRM-системы 2. Устанавливать и настраивать программное обеспечение CRM-систем
--	--	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «CRM-системы» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, учебного плана блока «Дисциплины, модули» основной профессиональной образовательной программы (Б1.В.ДЭ.03.02).

Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 7 семестре по очной форме обучения, в 9 семестре по заочной форме обучения.

При изучении данного курса студенты опираются на знания и умения, полученные в результате освоения следующих дисциплин:

"Информационные системы и сервисы"

"Проектирование информационных систем"

Знания и умения, полученные в результате изучения данной дисциплины, используются в последующем для изучения:

"Программные средства и информационные технологии организации"

"Практикум по прикладной информатике"

"Выполнение и защита выпускной квалификационной работы"

"Комплексная оценка качества ИС"

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

Вид учебной работы	Очная форма	Заочная форма
	7 семестр	9 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа, в том числе в электронной информационно-образовательной среде (всего):	56	8
Лекционные занятия	18	2
Лабораторные занятия	18	2
Практические занятия	18	2
Консультации	2	2
Самостоятельная работа обучающихся (всего), в том	43	96
Форма промежуточной аттестации обучающегося- зачет	9	4

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкость по видам учебных занятий (в часах)

7 семестр, очная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)							Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего	Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации				
1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий	22	12	4	4	4			10		ПК-1.1, ПК-1.2
2. Процесс разработки CRM-стратегии	16	6	2	2	2			10		ПК-1.1, ПК-1.2
3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	49	32	10	12	10			17		ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-5.1, ПК-5.2
4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	12	6	2		2	2		6		ПК-1.1, ПК-1.2
ВСЕГО	108	56	18	18	18	2		43	9	

9 семестр, заочная форма обучения

Раздел/тема дисциплины, содержание	Всего, час.	Объем часов (по видам учебных занятий)							Код индикатора достижения компетенции	
		Всего, час.	Контактная работа (по учебным занятиям), час.				Самостоятельная работа, всего	Контроль		
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Консультации				
1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий	26	2	2					24		ПК-1.1, ПК-1.2
2. Процесс разработки CRM-стратегии	26	2		2				24		ПК-1.1, ПК-1.2
3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	26	2			2			24		ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-5.1, ПК-5.2
4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	26	2				2		24		ПК-1.1, ПК-1.2
ВСЕГО	108	8	2	2	2	2		96	4	

Формы текущего контроля – посещение и работа на лекционных, практических занятиях и лабораторных работах (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия, отчет по лабораторной работе), письменное задание (реферат), практическое задание (кейс).

Форма промежуточной аттестации – зачёт.

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий

Лекционные занятия 1.

История клиентоориентированных технологий. Управление взаимоотношениями с клиентами, как один из приоритетных вопросов корпораций. CRM как часть корпоративной стратегии. Внедрение стратегий маркетинга взаимоотношений с клиентами. Формы управления взаимоотношениями с клиентами. Рынок XXI века. Возникновение рынка покупателей. Использование информационных технологий для максимизации ценности информации. Выдерживание компромисса ценностей. Возникновение CRM. Цели CRM. Определение CRM. Технологические составляющие CRM. Обзор функциональных возможностей CRM-систем.

Практические занятия 2.

Вопросы для обсуждения:

1. Тенденции возникновения CRM.
2. Маркетинг на основе взаимоотношений с клиентами.
3. Клиенты как бизнес-актив.
4. Организация в терминах процессов.
5. Интернет как средство вовлечения в маркетинговый процесс клиентов и B2B- и B2C-рынков.
6. Стратегический CRM.
7. e-CRM.
8. Структура CRM.

Лабораторные занятия 3.

Работа проводится в парах, что позволяет развивать навыки межличностной коммуникации, командной работы и принятия решений.

С помощью источников Интернет, литературы изучить виды информационных технологий для общения с клиентами и сбора сведений о них. Выделить общие черты. Ознакомиться с функциональными возможностями программных средств для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками. Выделить основные функциональные подсистемы. Результаты исследования представить в табличном виде.

Лекционные занятия 4.

Типы и технологии CRM-систем. Операциональный CRM. Аналитический CRM. Совместный CRM. Обзор рынка CRM. Развитие интереса к CRM-технологиям в России. Первые проекты внедрения CRM-систем. Функциональные составляющие CRM-решений. Список основных компонентов: управление контактами, управление продажами, продажи по телефону, управление временем, поддержка и обслуживание клиентов, управление маркетингом, отчетность для высшего руководства, интеграция с другими системами, синхронизация данных, управление электронной торговлей, управление мобильными продажами. Функциональные возможности CRM-системы для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.

Практические занятия 5.

Вопросы для обсуждения:

1. CRM в системе "фронт-офис" - "бэк-офис".
2. Требования к пользователям CRM-систем.
3. Типы CRM-систем по уровню обработки.
4. Функции CRM-систем на предприятии.
5. Ключевые преимущества CRM-систем.

Лабораторные занятия 6.

С помощью источников Интернет, литературы проанализировать функциональные возможности CRM-систем (на примере 3-х программных решений) для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками. Выделить общие черты. Результаты исследования представить в табличном виде.

Тема 2. Процесс разработки CRM-стратегии

Лекционные занятия 1.

Кросс-функциональные процессы CRM. Процесс разработки стратегии. Процесс создания ценности. Процесс многоканальной интеграции. Процесс управления информацией. Процесс оценки эффективности. Смысл CRM-стратегии. Анализ бизнес-стратегии компании. Бизнес-видение. Обзор и анализ отраслевой и конкурентной среды. Структуры для оценки отраслевой и конкурентной среды, наиболее важные для разработки эффективной бизнес-стратегии: модель отраслевого анализа, модель общих стратегий, модель лидеров рынка. Клиентская стратегия. Критерии жизнеспособности сегмента рынка. Клиент-ориентированный маркетинг. Продукт-ориентированные продажи. Индивидуализированный CRM. Регулируемый сервис и поддержка.

Практические занятия 2.

Вопросы для обсуждения:

1. CRM как стратегический набор процессов или видов деятельности.
2. Типы структурного поведения: дезинтермедиация и реинтермедиация.
3. Структура лидерства на рынке.
4. Сегментация рынка. Определение релевантного рынка.
5. Бизнес-стратегия и клиентская стратегия как два главных компонента CRM- стратегии.
6. Стратегическая матрица CRM.

Лабораторные занятия 3.

С помощью источников Интернет, литературы изучить подходы для сегментации рынков, выделить способы сегментации рынков B2B и B2C.

Построить стратегическую матрицу CRM для оценки конкурентной ситуации и возможных издержек, связанных с переменами внутри компании.

Тема 3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

Лекционные занятия 1.

Мировой рынок клиентоориентированных систем. Российский рынок информационных систем управления клиентской базой. Общие тенденции развития CRM-систем. Мобильные CRM-системы. Социальные CRM-системы. Веб-аналитика. Электронная коммерция.

Практические занятия 2.

Вопросы для обсуждения:

1. Потребители рынка CRM-систем и технологий.
2. Региональное распределение внедрений CRM-решений в мире.
3. Отрасли внедрения CRM-решений.
4. Влияние технологий BigData на развитие CRM-систем и технологий.
5. Геймификация или игрофикация в области CRM.

Лабораторные занятия 3.

С помощью источников Интернет, литературы проанализировать функциональные возможности CRM-систем (на примере 3-х программных решений Российского рынка). Результаты исследования представить в табличном виде. В таблице охарактеризовать: функциональность продаж, функциональность управления продажами, функциональность для продаж по телефону, управление временем, функциональность поддержки и обслуживания клиентов, функциональность маркетинга, функциональность для высшего руководства, функциональность интеграции с ERP, функциональность синхронизации данных, функциональность электронной торговли, функциональность для мобильных продаж.

Лекционные занятия 4.

Основные критерии выбора CRM-системы. Тип CRM-системы. Категории программных продуктов класса CRM. Возможность совместной работы CRM и учетной системы. Соответствие особенностям отечественной практики ведения бизнеса. Возможность разработки дополнительных модулей. Доступность услуг по внедрению и сопровождению в регионе. Совокупная стоимость владения. Лидеры российского рынка систем управления клиентской базой. Обзор горизонтальных CRM-систем. Мегаплан. Битрикс 24. AmoCRM. FreshOffice. CRM «Клиентская база».

Практические занятия 5.

Вопросы для обсуждения:

1. Статистика развития рынка
2. Совокупная стоимость владения: лицензии, услуги внедрения, сопровождение; возможности интеграции с телекоммуникациями, веб-приложениями и другими программными продуктами, Возможность организации удаленного рабочего места
3. Выбор и развитие CRM-системы на предприятии.
4. Аудит бизнес-процессов.
5. Формулирование технических требований к CRM-системе.

Практические занятия 6.

Анализ и выбор технологии и типа CRM-системы в зависимости от поставленной задачи. Исходя из описания предметной области (бизнес-требований предприятия, отраслевая специфика), студенты должны обосновать выбор проектных решений:

- платная или бесплатная CRM;
- облачные технологии или классические системы;
- обязательный набор инструментария.

Требуется ли предложенное решение адаптации и настройки CRM-системы под бизнес-требования предприятия?

Лекционные занятия 7.

Процедура и особенности установки и настройки CRM-систем. Этап установки программного обеспечения на сервер. Критерии, по которым будет производиться экспертная оценка подходящих по функционалу систем. Адаптация CRM-систем к бизнес-процессам организации. Особенности настройки CRM-систем. Настройка CRM-систем с учетом действующей структуры организации. Интеграция CRM-системы с программными продуктами, используемыми заказчиком. Проверка соответствия рабочих мест требованиям CRM-системы.

Практические занятия 8.

Вопросы для обсуждения:

1. Технология проверки соответствия рабочих мест требованиям CRM-системы.
2. Этапы установки и настройки программного обеспечения CRM-системы.
3. Процедуры адаптации и настройки CRM-системы к бизнес-процессам организации.

Занятие проводится в интерактивной форме (работа в малых группах), что позволяет развивать навыки межличностной коммуникации, командной работы и принятия решений. Каждой малой группе преподаватель выдает производственную ситуацию, связанную с потребностями в установке и эксплуатации CRM-системы. Например не анализируются вопросы 1-3.

Лабораторные занятия 9.

Установка и настройка CRM-системы (на примере бесплатной версии QuickSalesFree или другой системе-аналога). Формирование списка подразделений. Управление правами пользователей (назначение прав). Первичное знакомство с интерфейсом программы. Изучение функциональных подсистем и базовых функций.

Задание:

1. Создать подразделение "Отдел продаж".
2. Сформировать списки подразделений и сотрудников.
3. Назначить начальнику отдела продаж все права доступа.
4. Назначить сотрудникам все права, кроме работы со справочниками, удаления по всем категориям.

Лекционные занятия 10.

Организация работы отдела продаж в CRM-системе (на примере бесплатной версии QuickSalesFree или другой системе-аналога). Моделирование ситуации работы сотрудников по планированию будущих доходов от сделок и текущее состояние работы с клиентом. Моделирование ситуации отражения в системе результатов работы по сделкам.

Лабораторные занятия 11.

Задание:

1. Внести информацию о клиентах (на менее 10).
2. Заполнить карточку компании.
3. Заполнить дополнительную информацию о компании.
4. Отработать операции "Работа с историей" и "Работа с планами во взаимодействии с клиентами".
5. Запланировать действия для разных сотрудников отдела продаж.
6. Изменить куратора компании.

Лабораторные занятия 12.

Задание:

Внесите результаты сделок в систему (фактические результаты по успешным сделкам и несостоявшимся).

Лабораторные занятия 13.

Анализ эффективности мероприятий. Задание:

1. Создайте отчеты по работе отдела продаж в разных разрезах: проданных товаров, кураторов сделок, сегментации рынка и др.
2. Постройте запросы по разным условиям отбора.
3. Экспортируйте информацию по результатам выполнения запросов в отчеты Excel.
4. Постройте отчеты в виде диаграмм.

Лабораторные занятия 14.

Задание: создать итоговый отчет по выполнению сквозной задачи, отразив в нем следующие пункты:

1. Входные данные.
2. Отчеты. Сводные таблицы. Диаграммы.
3. Выводы по каждому отчету.
4. Рекомендуемые управленческие решения по каждому выводу.

Тема 4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий

Лекционные занятия 1.

Перспективы нового поколения стратегии управления взаимоотношениями с клиентами. Концепция СЕМ (CustomerExperienceManagement - управление опытом клиента). концепция СМР (Customermanagementofrelationships – клиент, управляющий отношениями). Концепция Е-CRM. Концепция ЕRM (EnterpriseRelationshipManagement – управление поставщиками)

Занятие организуется в форме лекции-дискуссии.

По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.

Практические занятия 2.

Вопросы для обсуждения:

1. Перспективные концепции CRM-систем. Концепции развития "CRM будущего".
2. Сравнение концепций CRM и СМР.
3. Тенденции планирования использования и развития клиентоориентированных технологий.
4. Развитие социальных CRM (SocialCRM, SCRМ).
5. Потребность в CRM как интеллектуальных решениях нового поколения.

6. CRM как часть маркетинговой системы.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Виды и организация самостоятельной работы обучающихся

Успешное освоение теоретического материала по дисциплине «CRM-системы» требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение лекционного теоретического материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам систем управления отношениями с клиентами. Самостоятельная работа студентов предусматривает следующие виды:

1. Ауд. самостоятельная работа студентов – выполнение на практических занятиях и лабораторных работах заданий, закрепляющих полученные теоретические знания либо расширяющие их, а также выполнение разнообразных контрольных заданий индивидуального или группового характера (подготовка устных докладов или сообщений о результатах выполнения заданий, выполнение самостоятельных проверочных работ по итогам изучения отдельных вопросов и тем дисциплины);

2. Внеауд. самостоятельная работа студентов – подготовка к лекционным и практическим занятиям, лабораторным работам; повторение и закрепление ранее изученного теоретического материала, конспектирование учебных пособий и периодических изданий, изучение проблем, не выносимых на лекции, написание тематических рефератов, выполнение практических заданий, подготовка к тестированию по дисциплине.

Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам, поскольку это необходимо для формирования профессиональных компетенций, развития практических профессиональных навыков будущего специалиста.

При планировании и организации времени для изучения дисциплины необходимо руководствоваться п. 4.1.1 или 4.1.2 рабочей программы дисциплины «CRM-системы» и обеспечить последовательное освоение теоретического материала по отдельным вопросам и темам.

Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине «CRM-системы»:

1. изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью уяснения значения основных терминов, понятий, определений;

2. изучение учебно-методических материалов для лекционных и практических занятий;

3. изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы и электронных информационных источников;

4. изучение дополнительной литературы и электронных информационных источников, определенных в результате самостоятельного поиска информации;

5. самостоятельная проверка степени усвоения знаний по контрольным вопросам и/или заданиям;

6. повторное и дополнительное (углубленное) изучение рассмотренного вопроса (при необходимости).

В процессе самостоятельной работы над учебным материалом рекомендуется составить конспект, где кратко записать основные положения изучаемой темы, относящиеся к ней различного рода графики, схемы и чертежи. Переходить к следующему разделу можно после того, когда предшествующий материал понят и усвоен. В затруднительных случаях, встречающихся при изучении курса, необходимо обратиться за консультацией к преподавателю.

При изучении дисциплины не рекомендуется использовать материалы, подготовленные неизвестными авторами, размещенные на неофициальных сайтах неделового содержания. Желательно, чтобы используемые библиографические источники были изданы в последние 3-5 лет. Студенты при выполнении самостоятельной работы могут воспользоваться учебно-методическими материалами по дисциплине «CRM-системы», представленными в электронной библиотеке института, и предназначенными для подготовки к лекционным и практическим занятиям, лабораторным работам.

Перечень основных учебно-методических материалов для лекционных и практических занятий представлен в п. 7. рабочей программы дисциплины.

Контроль аудиторной самостоятельной работы осуществляется в форме дискуссии,

собеседования. Контроль внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в форме устного или письменного опроса.

Промежуточный контроль знаний в форме зачета осуществляется посредством письменного тестирования, включающего вопросы и задания для самостоятельного изучения.

Тема, раздел	Очная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий	10	24	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию (лабораторной работе); - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса, анализа проблемной ситуации); - подготовка к тестированию.	- проведение лабораторной работы; - проверка рефератов; - проверка практических заданий (кейсов, анализа проблемных ситуаций); - проведение тестирования
2. Процесс разработки CRM- стратегии	10	24	- изучение и конспектирование учебных пособий и периодических изданий; - подготовка к практическому занятию (лабораторной работе); - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса); - подготовка к тестированию.	- проведение лабораторной работы; - проверка рефератов; - проверка практических заданий (кейсов, анализа проблемных ситуаций); - проведение тестирования.
3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	17	24	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию (лабораторной работе); - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса, анализа проблемных ситуаций); - подготовка к тестированию.	- проведение лабораторной работы; - проверка рефератов; - проверка практических заданий (кейсов, анализа проблемных ситуаций); - проведение тестирования.
4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	6	24	- изучение проблем, не выносимых на лекции; - подготовка к практическому занятию; - написание тематических рефератов; - подготовка к выполнению практического задания (кейса, анализа проблемных ситуаций); - подготовка к тестированию.	- проверка рефератов; - проверка практических заданий (кейсов, анализа проблемных ситуаций); - проведение тестирования.
ИТОГО	43	96		

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся отражено в п.7 рабочей программы дисциплины «CRM-системы».

6. КОМПЛЕКТЫ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Освоение дисциплины направлено на формирование:

Профессиональных компетенций

ПК-5 Способен настраивать, эксплуатировать и обслуживать информационные системы и сервисы

ПК-1 Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению информационных систем, адаптации и настройке информационных систем к бизнес-процессам организации

Данные компетенции формируются в процессе изучения дисциплины на двух этапах:

этап 1 – текущий контроль;

этап 2 – промежуточная аттестация.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1), принятыми в Институте.

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-35

2	Письменное задание	<p>1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт.</p>	0-25
		<p>2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).</p> <p>3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).</p> <p>4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.</p>	

3	Практическое задание	<p>1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании.</p> <p>2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта.</p> <p>3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем.</p> <p>4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией.</p> <p>5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.</p>	0-50
---	----------------------	--	------

6.2.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине «CRM-системы» могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины.

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

*6.3.1. Типовые контрольные задания или иные материалы
На этапе текущего контроля*

Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)

При преподавании дисциплины «CRM-системы» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Практические занятия и лабораторные работы по дисциплине «CRM-системы» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

1) устный индивидуальный опрос студентов по вопросам, выносимым на практические занятия. Вопросы для устного опроса сформулированы так, чтобы студент мог продемонстрировать свое умение применить теоретические знания на реальных примерах из практической жизни (метод анализа практических ситуаций);

2) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;

3) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения). При этом результат работы оформляется в письменном виде или в виде доклада с последующей презентацией его перед аудиторией (метод групповой атаки);

4) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине, а также выработка навыков применения системного подхода и математических методов в формализации решения прикладных задач.

На практических занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа. С целью активизации процесса усвоения материала, развития навыков критического восприятия и оценки информации, выработки собственной позиции и т.д. на практических занятиях при оценивании результатов работы студентов применяется метод «360 градусов», предполагающий оценивание каждого участника обсуждения или работы всеми и каждым студентом группы.

По большинству тем и вопросов практических занятий студенты должны подготавливать и представлять примеры из практики российских и зарубежных организаций. Особое значение имеет сквозное исследование какой-либо конкретной проблемы организации на основе применения различных методов системного подхода к разработке программных средств. В этом случае результаты исследования могут (в идеале – должны) быть использованы при прохождении научно-исследовательской практики, а также (в дальнейшем) выпускной квалификационной работы.

Более подробно с содержанием лекционных занятий и формами практических занятий можно ознакомиться в п. 4.2.1 и 4.2.2 рабочей программы дисциплины «CRM-системы».

Письменное задание

(формируемые компетенции: ПК-1, ПК-5)

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие задачи:

1. Формирование информационной базы:

- анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов;
- конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
- анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
- подготовка библиографического списка исследования.

2. Формулировка актуальности темы:

- отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
- выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
- определение места выбранной для исследования проблемы.

3. Формулировка цели и задач работы:

- изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
- четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
- выявление особенностей решения задач (задачи - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания реферата студент изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д.
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице (прил. 2).

Примерная тематика рефератов:

1. CRM как часть корпоративной стратегии.
2. Основные типы клиентоориентированных технологий.
3. Процесс разработки стратегии в CRM.
4. Задачи CRM-систем в рамках организации сбыта и управления процессом продаж.
5. Мировой рынок клиентоориентированных систем. Примеры программных решений.
6. Российский рынок информационных систем управления клиентской базой. Примеры программных решений.
7. Общие тенденции развития CRM-систем на мировом и Российском рынке.
8. Мобильные CRM-системы. Функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
9. Социальные CRM-системы.
10. Веб-аналитика и CRM-системы.
10. Электронная коммерция и CRM-системы.
11. Классификация программных продуктов класса CRM
12. Решение задач профессиональной деятельности на основе использования CRM- систем.
13. CRM-система "Creatio": функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
14. CRM-система "Битрикс24": функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
15. CRM-система "АмоCRM": функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
16. Перспективы развития CRM-систем.
17. CRM-система "Мегаплан": функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
18. CRM-система "Простой Бизнес": функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
19. CRM-система "Клиентская база": функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
20. CRM-система "FreshOffice": функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
21. Конкурентные преимущества компании при использовании CRM-систем.
22. CRM-система "QuickSales: функциональные возможности для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.
23. Коммуникации в CRM: телефония, электронная почта, СМС и др.
24. Установка и настройка систем CRM-систем. Особенности адаптации CRM-системы под бизнес-требования.
25. Облачные решения CRM-систем.

Практическое задание

(формируемые компетенции: ПК-1, ПК-5)

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и лабораторных работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Описание кейса приведено в приложении 3.

6.3.2. Типовые контрольные задания или иные материалы на этапе промежуточной аттестации

(формируемые компетенции: ПК-1, ПК-5)

Тестовые задания приведены в Приложении 4.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «CRM-системы».

1. Что такое CRM? Дайте определение этому термину с точки зрения концепции и информационной технологии.

2. Назовите основные принципы концепции CRM.

3. Чем концепция CRM отличается от концепции традиционного маркетинга?

4. Перечислите и охарактеризуйте предпосылки возникновения клиентоориентированного подхода.

5. Какова роль клиентоориентированного подхода в концепции маркетинга отношений?

6. Расскажите про историю возникновения и развития подхода CRM в России.

7. Назовите и дайте характеристику основным типам CRM.

8. Раскройте понятие e-CRM.

9. Что представляет собой процесс разработки стратегии CRM, из каких частей состоит?

10. Охарактеризуйте бизнес-стратегию как часть процесса разработки стратегии CRM.

11. Что такое бизнес-видение? Из каких элементов состоит?

12. Назовите отраслевые и конкурентные характеристики в рамках процесса разработки CRM-стратегии.

13. Какова роль информации в процессе управления информацией согласно концепции CRM?

14. Какова роль информационных технологий в процессе управления информацией согласно концепции CRM?

15. Что такое репозиторий данных, какую роль он играет в CRM?
16. Что такое база данных, каким образом она связана с репозиторием данных?
17. Назовите и дайте характеристику вариантам CRM-стратегии в отношении репозитория данных.
18. Какую роль играют аналитические средства в процессе управления отношениями с клиентами?
19. Назовите основные перспективы развития CRM как концепции.
20. Какими тенденциями характеризуется использование и развитие клиентоориентированных технологий в России?
21. Дайте определение понятию «Социальный CRM». В чем его отличие от традиционного CRM?
22. В чем суть модели SaaS? В чем ее основное преимущество?
23. В чем заключается особенность российского рынка CRM-систем? Каковы его принципиальные отличия от соответствующего западного рынка?
24. Назовите основные типы и технологии CRM-систем.
25. Назовите общие тенденции развития CRM-систем.
26. Дайте характеристику мобильным CRM-системам.
27. Дайте характеристику социальным CRM-системам.
28. Как можно охарактеризовать связь CRM-систем и Веб-аналитики?
29. Как можно охарактеризовать связь CRM-систем и электронной коммерции?
30. Назовите основных лидеров российского рынка систем управления клиентской базой.
31. Какими критериями необходимо руководствоваться при выборе CRM-системы?
32. Из каких основных составляющих складывается совокупная стоимость владения CRM-системой?
33. Кто является потребителем рынка CRM-систем и технологий?
34. Опишите технологию проверки соответствия рабочих мест требованиям CRM-системы.
35. Опишите этапы установки и настройки программного обеспечения CRM-системы.
36. Опишите процедуры адаптации и настройки CRM-системы к бизнес-процессам организации.

Типовые практические задания на этапе промежуточной аттестации

Задание заключается в моделировании производственной ситуации и организации работы отдела продаж в CRM-системе. В ходе выполнения задания необходимо продемонстрировать умения применять CRM-системы для автоматизации учета клиентов, продаж и работы со сделками.

Ход работы

1. Выберите вариант практического задания (прил. 5). Выполните анализ выбранной предметной области с точки зрения организации работы отдела продаж.
 2. Сформулируйте цели и задачи проекта.
 3. Выберите программные средства для решения задачи (CRM-систему).
 4. Выполните организацию работы отдела продаж в CRM-системе.
 5. Выполните анализ эффективности работы отдела продаж. Предложите управленческие решения для повышения эффективности.
 6. Опишите процесс адаптации и настройки CRM-системы к бизнес-процессам организации.
 7. Опишите процесс проверки соответствия рабочих мест требованиям CRM-системы.
- Основные требования к отчету
- В файле – отчете должны располагаться:
- 1) титульный лист;
 - 2) текст заданий;
 - 3) описание выполненных пунктов в соответствии с ходом работы (скриншоты из CRM-системы обязательны).

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине «CRM-системы» основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

№ п/п	Показатели оценивания	Шкала оценивания
Текущий контроль		
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	0-35
2	Письменное задание (реферат)	0-25
3	Практическое задание (кейс)	0-50
<i>Итого текущий контроль</i>		75
Промежуточная аттестация		
4	Итоговая работа	25
<i>Итого промежуточная аттестация</i>		25
ИТОГО по дисциплине		100

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.

Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

Уровень подготовленности обучающегося соответствует трехуровневой оценке компетенций в зависимости от набранного количества баллов по дисциплине.

	Уровень владения		
	Пороговый уровень	Продвинутый уровень	Превосходный уровень
Набранные баллы	50-69	70-85	86-100

Шкала итоговых оценок успеваемости по дисциплине «CRM-системы» соответствует Положению о балльной и рейтинговой системах оценивания и отражена в технологической карте дисциплины.

Зачёт

Количество баллов	Оценка
50-100	зачтено
0-49	незачтено

Экзамен

Количество баллов	Оценка
86-100	отлично
70-85	хорошо
50-69	удовлетворительно
0-49	неудовлетворительно

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Провалов В. С. Информационные технологии управления [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: ФЛИНТА, 2018. - 374 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69111>

2. Курбесов А. В. Корпоративные информационные системы [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. - 122 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567042>

Дополнительная литература:

1. Балдин К. В., Уткин В. Б. Информационные системы в экономике [Электронный ресурс]: учебник. - Москва: Дашков и К°, 2019. - 395 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112225>

2. Лёвкина (. А. CRM-системы [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2016. - 100 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450112>

3. Баранов В. В., Баранова И. В., Зайцев А. В. Управление развитием высокотехнологичного предприятия в условиях информационного общества [Электронный ресурс]: монография. - Москва: Креативная экономика, 2018. - 186 с. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498866>

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационные ресурсы образовательной организации:

1. <http://www.sibit.sano.ru/> - официальный сайт образовательной организации.

2. <http://do.sano.ru> - система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle).

3. <http://www.gov.ru> - Федеральные органы власти.

4. <http://www.garant.ru/> - Справочная правовая система «Гарант».

5. <http://www.ach.gov.ru> - Счётная палата Российской Федерации.

6. <http://www.kadrovik.ru> - Национальный союз кадровиков.

7. <http://www.ebiblioteka.ru/> - базы данных East View.

8. <https://scholar.google.ru> - международная научная реферативная база данных.

9. <https://crm.expert-systems.com/> - сайт с CRM-решениями для бизнеса.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный план курса «CRM-системы» предполагает в основе изучения предмета использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение - практические занятия и лабораторные работы.

Кроме традиционных лекций и практических занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;
- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации работы в CRM и т.д. На основе лекционного материала студенты должны получить представление о современных подходах к управлению взаимодействия с заказчиками (клиентами) с помощью CRM-систем.

Практические занятия и лабораторные работы предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов CRM-систем. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на практических занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к практическим занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа основных приемов, инструментов и методов организации работы в CRM-системах, умения работать с научной литературой.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Большое значение при проверке знаний и умений придается тестированию и подготовке рефератов по темам курса.

Форма занятий и их содержание продиктованы стремлением развивать у студентов панорамное мышление и интуицию, необходимые современному IT-специалисту. Активные формы практических занятий открывают большие возможности для проверки усвоения теоретического и практического материала.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «CRM-системы». Она изучается студентами в процессе подготовки к лабораторным работам и практическим занятиям, зачету. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к лабораторным работам и практическим занятиям, при написании рефератов.

10. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (договор № 109-08/2021 на оказание услуг по предоставлению доступа к электронным изданиям базовой коллекции ЭБС «Университетская библиотека онлайн» от 01 сентября 2021 г. (<http://www.biblioclub.ru>).

2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (договор № С 2-08-20 о поставке научно-технической продукции – Системы Автоматизации Библиотек ИРБИС64 – от 19 августа 2020 г., в состав которой входит База данных электронного каталога библиотеки СИБИТ Web-ИРБИС 64 (<http://lib.sano.ru>).

3. Справочно-правовая система КонсультантПлюс (дополнительное соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009).

4. Электронная справочная система ГИС Омск.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 210. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (36 столов, 74 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: MicrosoftWindowsXPProfessionalRussian, NumberLicense: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOfficeStandart 2007 Win32 Russian, NumberLicense 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware; (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель) KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 211. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (27 столов, 54 стула, маркерная доска, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, аудиокolonки - 5шт.) Программное обеспечение: MicrosoftWindowsXPProfessionalRussian, NumberLicense: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOfficeStandart 2007 Win32 Russian, NumberLicense 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus -</p>

	<p>Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); (коммерческая лицензия, отечественный производитель); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware; KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 304. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (22 стола, 44 стула, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с выходом в Интернет, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: MicrosoftWindows 10 домашняя для одного языка, ID продукта: 00327-30584-64564-AAOEM; (коммерческая лицензия, иностранный производитель) MicrosoftOfficeStandart 2007 Win32 Russian, NumberLicense 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 305. помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (10 столов одноместных, 3 круглых стола, 27 стульев, доска маркерная, доска информационная, трибуна, стеллаж - 2 шт., стол и стул преподавателя). Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института, колонки - 2 шт.). Ноутбук DELL - 8 шт. Ноутбук HP - 2 шт. Персональный компьютер - 1 шт. СПС «Консультант Плюс». Программное обеспечение: MicrosoftWindows 10 ProRussian, NumberLicense: 69201334 OPEN 99384269ZZE1912 (коммерческая лицензия,</p>

	<p>иностранного производителя); MicrosoftOffice 2016 standartWin64 Russian, NumberLicense 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); KasperskyEndpointSecurity – RussianEdition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware. (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 312. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (50 столов, 100 стульев, доска маркерная, трибуна, стол и стул преподавателя); Мультимедийное оборудование (проектор, экран, компьютер, колонки - 2 шт.). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: MicrosoftWindowsXPProfessionalRussian, NumberLicense: 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOfficeStandart 2007 Win32 Russian, NumberLicense 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware; KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель) Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Лаборатория иностранных языков и информационных дисциплин № 401. для проведения занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации, научно- исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (8 столов, 13 стульев, доска маркерная, доска информационная, стол и стул преподавателя). Персональные компьютеры для работы в электронной образовательной среде с выходом в Интернет - 10 шт. Лингафонное оборудование (компьютер, интерактивная доска, наушники с микрофоном 10 шт., специальное программное обеспечение - JoyClass). Лицензионное программное обеспечение, используемое в учебном процессе. Мультимедиапроектор, интерактивная доска. Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение:</p>

Russian, NumberLicense: 62668511 OPEN 91741712ZZE1503 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOffice 2016 StandartWin64 Russian, NumberLicense 66020759 OPEN 96028013ZZE1711 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware; KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947; MicrosoftAccess 2016, NumberLicense: 69201333 OPEN 99384269ZZE1912 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); JoyClass, Договор №36/15-Л от 26.10.2015 г. СППР "Выбор", Договор № 10 от 06.02.2018 г. NetBeansIDE, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudio 2017 CE (C#, C++), лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudio 2010 Express, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudioCommunity, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftSQL 2010 Express, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Notepad ++, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MySQL, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); OracleSQLDeveloper, лицензия freeware; MicrosoftSOAPTToolkit, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); CADE, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Denwer 3 webserver, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Dev-C++, лицензия freeware; IDEEclipse, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); JDK 6, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Freerascal, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Lazarus, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Geany, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный

	<p>производитель); JavaDevelopmentKit, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); TheRProject, лицензия freeware 9 (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); NetBeansIDE8, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); StarUML 5.0.2, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); EViews 9 StudentVersionLite, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Gretl, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Matrixer, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Maxima, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Xmind, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); BPWIN, лицензия freeware; Gimp, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); IrfanView, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); SMARTBoard, Акт №ДС – 0001621 от 06.12.12 г., Акт №ДС – 0001620 от 06.12.12 г.; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Лаборатория экономических и информационных дисциплин № 402. для проведения занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (8 столов, 13 стульев, доска маркерная, доска информационная, стол и стул преподавателя). Персональные компьютеры для работы в электронной образовательной среде с выходом в Интернет - 10 шт. Лингафонное оборудование (компьютер, интерактивная доска, наушники с микрофоном 10 шт., специальное программное обеспечение - JoyClass). Лицензионное программное обеспечение, используемое в учебном процессе. Мультимедиапроектор, интерактивная доска. Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: Russian, NumberLicense: 62668511 OPEN 91741712ZZE1503 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOffice 2016 StandartWin64 Russian, NumberLicense 66020759 OPEN 96028013ZZE1711 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01</p>

-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware; KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947; MicrosoftAccess 2016, NumberLicense: 69201333 OPEN 99384269ZZE1912 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); JoyClass, Договор №36/15-Л от 26.10.2015 г. СППР "Выбор", Договор № 10 от 06.02.2018 г. NetBeansIDE, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudio 2017 CE (C#, C++), лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudio 2010 Express, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudioCommunity, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftSQL 2010 Express, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Notepad ++, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MySQL, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); OracleSQLDeveloper, лицензия freeware; MicrosoftSOAToolkit, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); CADE, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Denwer 3 webserver, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Dev-C++, лицензия freeware; IDEEclipse, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); JDK 6, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Freepascal, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Lazarus, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Geany, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); JavaDevelopmentKit, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); TheRProject, лицензия freeware 9 (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); NetBeansIDE8, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); StarUML 5.0.2, лицензия

	<p>freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); EViews 9 StudentVersionLite, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Gretl, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Matrxer, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Maxima, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Xmind, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); BPWIN, лицензия freeware; Gimp, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); IrfanView, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); SMARTBoard, Акт №ДС – 0001621 от 06.12.12 г., Акт №ДС – 0001620 от 06.12.12 г.; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Лаборатория иностранных языков и информационных дисциплин № 403. для проведения занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации, научно- исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (10 столов, 18 стульев). Персональные компьютеры для работы в электронной образовательной среде с выходом в Интернет - 10 шт. Лингафонное оборудование (компьютер, мониторы 2 шт., наушники с микрофоном 10 шт.). Лицензионное программное обеспечение (NetClass). Учебно-наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: MicrosoftWindowsXPProfessionalRussian, NumberLicense: 43817654 OPEN 63807614ZZE1004 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOffice 2007 StandartWin32 Russian, NumberLicense 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947 (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); CorelDRAWGraphicsSuiteX4, Order 3056570 15.04.2008 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); NetClassPRO, Акт</p>

№ ДС-0000349 от 12.02.13 г. NetBeansIDE, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudio 2017 CE (C#, C++), лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudio 2010 Express, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftVisualStudioCommunity, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftSQL 2010 Express, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Notepad ++, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MySQL, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); OracleSQLDeveloper, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); MicrosoftSOAToolkit, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); CADE, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Denwer 3 webserver, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Dev-C++, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); IDEEclipse, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); JDK 6, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Freepascal, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Lazarus, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Geany, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); JavaDevelopmentKit, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); TheRProject, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); NetBeansIDE8, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); StarUML 5.0.2, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); EViews 9 StudentVersionLite, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Gretl, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Matrixer, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный

	<p>производитель); Maxima, лицензия freeware; Xmind, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); BPWIN, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); Gimp, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); IrfanView, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Лаборатория математических и информационных дисциплин № 416. для проведения занятий семинарского типа (практических занятий и лабораторных работ), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации, научно- исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (11 столов, 22 стула, доска информационная - 2 шт., шкаф, стол и стул преподавателя). Персональные компьютеры для работы в электронной образовательной среде с выходом в Интернет - 10 шт. Лицензионное программное обеспечение, используемое в учебном процессе. Учебно- наглядные пособия. Тематические иллюстрации. Программное обеспечение: AstraLinuxSpecialEdition РУСБ.10015-01, Лицензионный договор АО «НПО РусБИТех» № РБТ-14/1688-01-ВУЗ (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); ConsultantPlus - Договор 11/01-09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); OpenOffice 4.1.1, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); LibreOffice, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Мультимедийная учебная аудитория № 422. для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практических занятий), групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации</p>	<p>Учебная мебель (18 столов, 36 стульев, доска маркерная, трибуна, шкаф, стол и стул преподавателя). Мультимедийное демонстрационное оборудование (интерактивная доска, компьютер с выходом в интернет, 2 аудиокolonки). Программное обеспечение: MicrosoftWindows 8 ProfessionalRussian, NumberLicense: 61555010 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOfficeStandart 2007 Win32 Russian, NumberLicense 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия,</p>

	<p>иностранный производитель); ConsultantPlus - Договор 11/01 -09 от 01.09.2009 г. Доп.соглашение №1 (автопродлонгация) (коммерческая лицензия, отечественный производитель ПО); AdobeAcrobatReader, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109- 064939-827-947; 2GIS, лицензия freeware (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Аудитория для самостоятельной работы студентов № 413. библиотека (читальный зал), помещение для самостоятельной работы обучающихся, научно-исследовательской работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>	<p>Учебная мебель (9 столов, 23 стула, мягкая зона). Персональные компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института - 6 шт. Программное обеспечение: MicrosoftWindows 8.1 ProRussian, NumberLicense: 63726920 OPEN 91563139ZZE1502 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftWindows 10 ProNumberLicense 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOffice 2007 standartWin32 Russian, NumberLicense 42024141 OPEN 61960499ZZE0903 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); MicrosoftOfficeStandart 2019 NumberLicense 67568455 OPEN 97574928ZZE1810 (коммерческая лицензия, иностранный производитель); ConsultantPlus (коммерческая лицензия, отечественный производитель); AdobeAcrobatReader (свободно распространяемое ПО, иностранный производитель); KasperskyEndpointSecurity - RussianEdition, лицензия № 1356-181109-064939-827-947(коммерческая лицензия, отечественный производитель); 2GIS (свободно распространяемое ПО, отечественный производитель). Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационно-образовательную среду организации.</p>
<p>Аудитория № 420. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий</p>	<p>Мебель (4 стола, 4 стула, стеллажи), 4 персональных компьютера для системного администратора, ведущего специалиста информационного отдела, инженера-электронщика, 10 серверов. Паяльная станция, стеллаж, 15 планшетных компьютеров, наушники для лингафонного кабинета, запасные части для компьютерного оборудования.</p>

Аудитория № 003. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Станок для сверления, угловая шлифовальная машина, наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования, запасные части для столов и стульев. Стеллаж, материалы для сопровождения учебного процесса.
--	---

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие комплекты лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Наименование	Основание	Описание
Consultant Plus	Доп.соглашение №1 к договору № 11/01-09 от 01.09.2009	ЭСС Консультант+
Microsoft Office Professional Plus 2013	Open License 62668528	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2016	Open License 66020759	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2013	Open License 637269920	Пакет электронных редакторов
Microsoft Office Standard 2007	Open License 42024141	Пакет электронных редакторов
OpenOffice 4.1.1	Freeware	Пакет электронных редакторов
LibreOffice	Freeware	Пакет электронных редакторов
Microsoft Project 2010	Акт № ГАРТ0006235 от 25.04.2012 г	Пакет электронных редакторов
Microsoft Access 2016	Open License	ПО для создания и администрирования баз данных
StarUML 5.0.2	Freeware	платформа для моделирования, программирование
JoyClass	Договор №36/15-Л от 26.10.2015 г.	Лингафонный кабинет
NetClass PRO	Акт № ДС-0000349 от 12.02.13 г.	Лингафонный кабинет
Adobe Acrobat Reader	Freeware	Пакет программ для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF
Microsoft Visual Studio Community	Freeware для академических учреждений	Интегрированная среда разработки для создания современных приложений Android, IOS и Windows, а также веб-приложений и облачных служб
Quick Sales Free	Freeware	CRM система

12. СРЕДСТВА АДАПТАЦИИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ К ПОТРЕБНОСТЯМ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	CRM-системы
Количество зачетных единиц	3
Форма промежуточной аттестации	Зачет

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20__ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя)

Подпись

Номер темы для выполнения реферата

Буква фамилии	а	б	в	г	д	е	ж	з	и	к	л	м	н	о
Номер темы реферата	1 или 15	2 или 16	3 или 17	4 или 18	5 или 19	6 или 20	7 или 14	8 или 13	9 или 12	10 или 1	11 или 2	12 или 3	13 или 4	14 или 5
Буква фамилии	п	р	с	т	у	ф	х	ц	ч	ш	щ	э	ю	я
Номер темы реферата	15 или 6	16 или 7	17 или 8	18 или 9	19 или 10	20 или 4	21 или 5	22 или 6	23 или 7	24 или 8	25 или 7	6 или 23	7 или 24	8 или 25

Описание кейса

Примечание 1. Описание заданий кейса выполнено под CMS «Quick Sales». Есть бесплатная CMS данной системы: Quick Sales Free (<http://crmpartner.ru/downloads/>).

Примечание 2. Более подробное описание данного кейса приведено в книге: Лёвкина (Вылегжанина), А. О. CRM-системы : учебное пособие / А. О. Лёвкина (Вылегжанина). – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 100 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450112>

Примечание 3. Для выполнения задания можно использовать систему-аналог или все описанные этапы работы проделать в MS Excel.

1. Смоделируйте исходную ситуацию, описав основные параметры работы отдела продаж, заполняя поля форм:

Название Вашего предприятия.

--

Область деятельности Вашего предприятия.

--

ФИО сотрудников и начальника отдела продаж (3 человека).

<i>Начальник отдела продаж — ФИО обучающегося</i>
<i>Сотрудник отдела продаж —</i>
<i>Сотрудник отдела продаж —</i>

Укажите 3 продукта (услуги), которые производит Ваша фирма

Основные методы информирования потребителей, (рекламы, продвижения) товара.

Основные конкурентные преимущества Вашего товара (сервиса).

Основные недостатки товара (обслуживания).

Приведите перечень Ваших основных клиентов (10 фирм).

2. Выполните установку и настройку CRM-системы Quick Sales Free или другой системы-аналога.
3. Опишите, каким требованиям CRM-системы должны соответствовать рабочие места пользователей.
4. В системе CRM выполните следующие задания:

Задание 1:

1. Создать подразделение, которое называется Отдел продаж «Название вашей фирмы» (в кавычки поставьте название своей фирмы, придуманное Вами при моделировании входных данных к кейсу)

2. Сформировать списки подразделений компании и ее сотрудников в разделе «Настройка. Права пользователя» (в качестве начальника отдела продаж — поставьте свое ФИО, сотрудники — ФИО Ваших сотрудников, придуманных Вами при моделировании кейса).

3. Назначить начальнику отдела продаж все права доступа.

4. Назначить сотрудникам все права, кроме «работы со справочниками» и «удаление» — по всем категориям. При назначении прав сотрудникам используйте «копирование прав».

Задание 2: Настройте справочники «Товары», «Источники», «Причины», «Тип сделки/Отказ» в соответствии с заполненной карточкой предприятия.

Задание 3:

1. Занесите 10 Ваших клиентов, описанных Вами в карточке «Компания».

2. Как минимум в одной компании укажите 2 контактных лица (с указанием отделов контактных лиц, тел., адреса и др. информации. В остальных девяти компаниях можно указывать только название и ФИО одного контактного лица (остальную информацию в карточке клиента можно не заполнять).

Задание 4: Заполните произвольным образом вкладку «Информация».

Задание 5.

В качестве руководителя отдела продаж заполните следующую информацию о Ваших клиентах:

История (то, что уже произошло):

Клиент 1 — поступил звонок, интересовался крупной партией товара 1

Клиент 2 — просил привезти образцы товара 2 в офис для принятия решения.

Клиент 3 — поступила рекламация на качество товара.

Запланируйте действия для разных сотрудников отдела продаж (так, чтобы их загрузка на следующий день была примерно одинаковая). Для этого в плане в поле «Куратор» необходимо выбирать сотрудников по очередности.

1. Созвониться с клиентом 1, можно торговаться до скидки 10%.

2. Назначить встречу с клиентом 2.

3. Выяснить требования клиента 3 и возможность обмена товара.

4. Сделать коммерческое предложение по товарам для остальных 7-ми клиентов.

В итоге у Вас должны быть отмечены 3 заметки во вкладке «История» и 10 планов по 10-ти клиентам для Ваших 2-х сотрудников отдела продаж.

Задание 6: Измените куратора компании соответственно тому, как Вы распределили планы по сотрудникам.

Задание 7:

1. Откройте систему под фамилией сотрудника 1-го Вашей фирмы.

Откройте вкладку календарь. Установите в поле «Фамилия» фамилию сотрудника. В поле «Период» включите завтрашнюю дату. Отобразите «планы». В нижнем окне появятся планы, назначенные Вам руководителем отдела продаж.

Двойным щелчком мыши Вы можете открыть каждый из планов или отметить его выполнение сразу из вкладки «Календарь» с помощью команды «Выполнено». При этом в открывшемся окне необходимо указать результат выполнения плана (через дефис или изменив

Отметьте выполнение планов: Рядом с назначенным планом через «-» напишите результат его выполнения, напр. «встреча прошла успешно, подписываем договор на ...ед. продукции» и т. д.

Создайте собственные планы на следующий день по итогам Ваших встреч и переговоров с клиентами, напр. «подготовить договор», «выслать доп. информацию» и др.

Откройте систему под фамилией сотрудника 2-го Вашей фирмы.

Затем в поле «Фамилия» поставьте фамилию 2-го сотрудника отдела продаж и проделайте то же самое: отметьте выполненные действия (результат) в соответствии с Вашими планами.

Создайте собственные планы на следующий день по итогам Ваших встреч и переговоров с клиентами

Итоги: на данном этапе Вы смоделировали ситуацию работы сотрудников по планированию будущих доходов от сделок и текущее состояние работы с клиентом.

Задание 8. Внесение планов по сделкам:

Это задание можно сделать двумя способами.

Вариант 1. Откройте систему под именем руководителя продаж.

По итогам выполненных планов Ваших сотрудников занесите начало работы в виде сделок по каждому клиенту. Отметьте тип и причину начала сделки. Причина начала сделки — это преимущества вашего товара. Заполните этапы и товары, планируемые к продаже (см. шаг 2 и 3). Куратором сделки и этапов отмечайте того сотрудника, который выполнял предварительную работу по этой сделке с клиентом.

Задание 8. Внесение планов по сделкам:

Это задание можно сделать двумя способами.

Вариант 1. Откройте систему под именем руководителя продаж.

По итогам выполненных планов Ваших сотрудников занесите начало работы в виде сделок по каждому клиенту. Отметьте тип и причину начала сделки. Причина начала сделки — это преимущества вашего товара. Заполните этапы и товары, планируемые к продаже (см. шаг 2 и 3). Куратором сделки и этапов отмечайте того сотрудника, который выполнял предварительную работу по этой сделке с клиентом.

Вариант 2. Откройте систему сначала под первым сотрудником. Через вкладку запрос выберите компании только первого сотрудника, внося в поле «Куратор» ФИО первого сотрудника. Заполните вкладку этапы для своих компаний и товары, планируемые к продаже (см. шаг 2 и 3). Если Вы идентифицированы в системе под определенным сотрудником, то при последующем планировании сделок по умолчанию данный пользователь будет являться куратором.

Далее идентифицируйтесь под вторым сотрудником. Через вкладку запрос выберите компании только второго сотрудника, внося в поле «Куратор» ФИО второго сотрудника. Заполните вкладку Этапы и товары, планируемые к продаже (см. шаг 2 и 3).

2. Заполнение вкладки Этапы.

У всех клиентов начните этап «Инициация интереса». Проставьте куратора (если он не проставлен по умолчанию корректно), дату начала и плановую дату завершения сделки.

Запланировать сделки необходимо по всем 10-ти клиентам по списку.

По каждой сделке внесите как минимум 1 товар, планируемый к продаже через вкладку «Товар» в карточке «Сделки»

Задание 9:

Отметьте, что из 5 клиентов каждого сотрудника 1–2 отказываются от сделки по разным причинам. По отказавшимся клиентам отметьте причины отказа от сделок. Остальные 3–4 продолжают работу по сделкам.

Отметьте по каждой успешной сделке переход на этап «Заключение сделки».

Сотрудники в процессе заключения договоров и предварительных соглашений уточняют состав предполагаемой сделки с клиентом (изменить количество и цену, добавить товар).

По товару обязательно должна пройти оплата (вкладка «Оплата»).

Внимание! Заносите информацию по сделкам сотрудника, идентифицировавшись в системе только под этим сотрудником.

Итоги: на данном этапе Вы смоделировали ситуацию, когда сотрудниками отдела отмечаются их фактические результаты работы с клиентом как по успешным сделкам, так и по несостоявшимся.

Задание 10:

Через модуль Отчеты создайте отчеты по работе отдела продаж в разрезах:

- проданных товаров;*
- отраслевого сегмента клиента;*
- кураторов сделок;*
- источников информации;*
- причин покупок;*

Через вкладку Запрос модуля Сделки создайте Запрос по несостоявшимся сделкам в разрезе причин отказов (выбирая по очереди причины Отказа). Перенесите информацию в MS Excel и дополнительно оформите Отчет.

Задание 11. Итоговый отчет по кейсу.

Используя базовые созданные отчеты и, возможно, дополнительные сводные и детальные отчеты в различных разрезах, созданные по Вашему усмотрению, сделайте доклад о работе Вашей компании за период времени внесения информации в систему QS.

Доклад должен содержать:

- титульный лист;*
- входные данные кейса (см. первые 2 листа Практикума);*
- 6 отчетов (6 сводных таблиц и 6 диаграмм по итогам сводных таблиц);*
- выводы по работе компании по каждому отчету;*
- в заключение: рекомендуемые управленческие решения по итогам выводов.*

Итоги: в завершение своей работы над кейсом, Вы проанализировали эффективность работы сотрудников отдела продаж и преимущества/недостатки маркетинговой деятельности компании, а также разработали на данной аналитической базе управленческие решения, оптимизирующие деятельность компании.

Тестовые задания по дисциплине «CRM-системы»

1. Примерами CRM-систем являются:
 - 1) Quick Sales
 - 2) Streamline
 - 3) 1С:WMS Логистика. Управление складом
 - 4) Мегаплан
 - 5) Sales Creatio
2. От чего зависит построение бизнес-процессов стратегии CRM?
 - 1) регламентность работы
 - 2) стратегия предприятия
 - 3) применяемая автоматизированная система
3. По типу хранения выделяют CRM-системы:
 - 1) операционные, аналитические
 - 2) коллаборационные, комбинированные
 - 3) коробочные и облачные
4. На что ориентирована система материально-технического снабжения?
 - 1) постоянное приобретение идентичного набора товаров и материалов, специфичных для производственной деятельности предприятия
 - 2) единовременные закупки практически любого товара или материалов, необходимые предприятию в текущий момент времени
 - 3) единовременные закупки практически любого товара или материалов, специфичных для производственной деятельности предприятия
5. Какой этап является неотъемлемой частью процесса внедрения проекта CRM?
 - 1) обучение персонала
 - 2) конвертация данных
 - 3) доработка системы CRM
6. Что такое реинжиниринг?
 - 1) автоматизация процессов изготовления для снижения себестоимости продукции
 - 2) автоматизация управления ресурсами предприятия для достижения улучшения деятельности компании
 - 3) перестройка деловых процессов для достижения улучшения деятельности компании
7. При каком виде маркетинга реакция на результаты маркетинговой кампании минимальна?
 - 1) прямой маркетинг
 - 2) маркетинг отношений
 - 3) целевой маркетинг
8. В чем заключается основная потребность руководителя при статусном сценарии внедрения CRM-стратегии?
 - 1) автоматизация рутинных операций
 - 2) реализация условий налагаемых внешними факторами
 - 3) контроль эффективности
 - 4) накопление и передача знаний
 - 5) систематизация деятельности сотрудников
 - 6) контроль за информацией
9. На основе каких показателей рассчитывается ценность клиента финансовой компании?
 - 1) демография
 - 2) доходность
 - 3) корпоративные характеристики

- 4) потенциал его развития
- 5) все ответы верны
10. В компании внедрено две CRM-системы – автоматизация продаж и маркетинга. Доступ к какой информации о клиенте должен иметь менеджер по продажам для более эффективного обслуживания?
 - 1) к интегрированной информации, накопленной в этих CRM-системах
 - 2) к информации, накопленной в системе сервисного обслуживания
 - 3) к интегрированной информации, накопленной во всех существующих системах предприятия
11. Что проверяется при аудите каналов взаимодействия с клиентами?
 - 1) существующие бизнес-процессы взаимодействия с клиентом в точках контакта
 - 2) существующие бизнес-процессы и технологические процессы взаимодействия с клиентом в точках контакта
 - 3) существующие технологические процессы взаимодействия с клиентом в точках контакта
12. Какие критерии используются для определения оценки качества доступа клиентов контакт-центра?
 - 1) среднее время обработки контакта после окончания разговор
 - 2) среднее время разговора оператора с клиентом
 - 3) средняя скорость ответа на звонок
 - 4) процент прерванных звонков
 - 5) среднее время ответа по электронной почте
13. Когда произошло зарождение электронного бизнеса?
 - 1) конец 90-х годов
 - 2) конец 80-х годов
 - 3) начало 90-х годов
14. Что является персонализацией клиента?
 - 1) отправка сообщения перед днем рождения клиента о предоставлении ему скидки в этот день
 - 2) изменение интерфейса Web-сайта магазина под ваши интересы
 - 3) почтовая рассылка о выпуске новой продукции
15. Какой информационный поток наиболее часто отсутствует в CRM-системе компании, приводящий к устареванию информации о клиенте?
 - 1) внесение информации о клиенте менеджером в базу клиентов менеджера
 - 2) получение менеджером информации из единой базы клиентов
 - 3) внесение информации о клиенте менеджером в единую базу клиентов компании
16. Правда ли, что:
 - 1) электронный бизнес должен использовать только интернет как канал взаимодействия с клиентом
 - 2) основой внедрения системы электронного бизнеса является создание бизнес-процессов
 - 3) интернет является каналом взаимодействия с клиентом в электронном бизнесе
17. Кем обычно выполняется поиск скрытых возможностей при помощи средств CRM – системы?:
 - 1) любым сотрудником компании
 - 2) может выполняться программными средствами автоматически, не требуя вмешательства специалиста
 - 3) специалистом по статистике с хорошим знанием продуктов и услуг
18. Какие события по взаимодействию с клиентом необходимо заносить в CRM-систему?
 - 1) любые события, связанные с клиентом
 - 2) изменение реквизитов или контактной информации клиента
 - 3) только те события, которые привели к продаже продукта

19. Какие факторы позволяют снизить затраты на обслуживание клиентов?
- 1) автоматизация ответов на повторяющиеся вопросы
 - 2) перевод клиентов на самообслуживание
 - 3) сокращение времени обслуживания звонка
 - 4) все ответы верны
20. На основе каких показателей рассчитывается доходность клиента?
- 1) потенциал его развития
 - 2) демография
 - 3) корпоративные характеристики
 - 4) прибыльность клиента
21. Эффективное внедрение стратегии CRM возможно:
- 1) только в компании с определенным объемом бизнеса
 - 2) только в компании с большим объемом бизнеса
 - 3) в любой компании
22. Что такое ERP-система?
- 1) перестройка деловых процессов для достижения улучшения деятельности компании
 - 2) автоматизация управления ресурсами предприятия для достижения улучшения деятельности компании
 - 3) автоматизация процессов изготовления для снижения себестоимости продукции
23. Кем могут быть выполнены первые этапы защиты проекта CRM — определение и детализация бизнес-проблем и целей компании?
- 1) сотрудником компании — инициатором проекта
 - 2) компанией-консультантом в области CRM-систем
 - 3) компанией-поставщиком CRM-системы
 - 4) все ответы верны
24. Какое главное отличие персонализации по правилам от адаптивной?
- 1) для определения правил требуется участие человека
 - 2) использует правила предоставления информации клиенту в соответствии с задачей, которую он пытается выполнить
 - 3) изменение правил по мере взаимодействия с клиентом
25. Какой метод распределения звонков подразумевает последовательную доступность службы поддержки для всех временных зон по мере наступления рабочих часов в крупной компании?
- 1) метод «балансирования нагрузки»
 - 2) концепция «следуй за солнцем»
 - 3) по расположению региональных офисов компании
26. Поиск скрытых возможностей в CRM-системе:
- 1) лучше будет выполнен специалистом по статистике
 - 2) предполагает наличия в компании специалиста по продажам
 - 3) может быть выполнен любым сотрудником компании
27. Модуль управления процессами CRM-системы
- 1) позволяет увеличить влияние человеческого фактора в процессе продаж
 - 2) позволяет исключить влияние человеческого фактора в процессе продаж
 - 3) позволяет уменьшить влияние человеческого фактора в процессе продаж
28. Какой анализ позволяет определить будущее поведение клиента?
- 1) анализ последовательности
 - 2) ассоциативный анализ
 - 3) анализ предсказания
29. Какие преимущества дает завоевание лояльности клиента?
- 1) увеличение объема продаж
 - 2) снижение себестоимости продукции

- 3) снижение себестоимости обслуживания клиента
30. Что подразумевает выполнение каждого этапа процесса в модуле управления процессами CRM-системы?
 - 1) выполнение определенной последовательности действий, которые выполняются сотрудниками
 - 2) выполнение определенной последовательности действий, которые могут выполняться как сотрудниками, так и программным модулем
 - 3) выполнение определенного действия сотрудником
31. Что является целью анализа требований?
 - 1) требования, которые определяют, что должна представлять собой система после окончания проекта внедрения
 - 2) детальные спецификации, которые однозначно определяют, что должна представлять собой система после окончания проекта внедрения
 - 3) общие требования, которые определяют, что должна представлять собой система
32. Какие основные цели внедрения стратегии CRM при кризисном сценарии?
 - 1) контроль эффективности
 - 2) реализация условий, налагаемых руководством
 - 3) контроль за информацией
 - 4) систематизация деятельности сотрудников
33. Эффективные кросс-продажи подразумевают:
 - 1) продажу правильного продукта правильному клиенту по результатам его другой покупки
 - 2) продажу правильного продукта любому клиенту по результатам его другой покупки
 - 3) продажу дополнительного продукта любому клиенту по результатам его другой покупки
34. По каким причинам возможна потеря существующих клиентов финансовой компании?
 - 1) современный дизайн отделений(офисов) финансовой компании
 - 2) индифферентность персонала компании к клиентам
 - 3) периодические активные контакты со стороны финансовой компании
 - 4) отсутствие своевременной информации о продуктах компании
35. Какую роль играет доходность для принятия решения об удержании клиента?
 - 1) является частью интегрированного показателя ценности клиента для принятия решения
 - 2) не играет существенной роли для принятия решения
 - 3) должен являться приоритетным показателем для принятия решения
36. Критерии выбора поставщика в системе управления цепью поставки:
 - 1) определяются для каждой закупки отдельно
 - 2) должны быть прозрачными как для поставщика, так и для потребителя
 - 3) максимально фиксированы
37. Какие средства обслуживания клиентов позволяют привлечь новых клиентов?
 - 1) автоматизированная система продаж
 - 2) интегрированный контакт-центр
 - 3) автоматизированная система маркетинга
 - 4) все ответы верны
38. Какие маркетинговые мероприятия позволяют компании удержать клиента?
 - 1) «пакетирование» продуктов и услуг с единой ценой
 - 2) скидки для существующих клиентов
 - 3) кросс-продажи продуктов, которые лучше всего подходят для клиента
39. Реклама в СМИ, почтовые рассылки:
 - 1) увеличивают себестоимость продукции
 - 2) позволяет привлечь новых клиентов

- 3) позволяет завоевать лояльность клиента
40. От каких факторов может зависеть цена товара или услуги при динамическом ценообразовании?
 - 1) от региона продаж
 - 2) от погодных условий
 - 3) от персональных данных клиента
 - 4) все ответы верны
41. Какие высказывания правильны?
 - 1) аналитический блок CRM позволяет осуществлять комплексный анализ всей информации о клиентах
 - 2) аналитический блок CRM при проведении анализа может использовать только информацию о клиентах
 - 3) аналитический блок CRM позволяет обеспечить долгосрочные прогрессирующие отношения с клиентом по всем возможным направлениям
42. Верными утверждениями являются:
 - 1) основной причиной потери клиентов является равнодушное обращение с клиентами
 - 2) в большинстве российских компаний используются CRM-системы
 - 3) цена удержания существующего клиента значительно меньше цены привлечения нового клиента
43. Удержание каких клиентов необходимо осуществлять финансовой компании?
 - 1) низкодоходных клиентов с высокой ценностью
 - 2) доходных клиентов
 - 3) ценных клиентов
 - 4) низкодоходных клиентов
44. Какие преимущества дает внедрение CRM-системы в телекоммуникационной компании для ее партнеров?
 - 1) оперативный доступ к информации о клиентах в режиме реального времени
 - 2) повышение точности заказов
 - 3) сокращение времени обработки заказа
45. Какие характеристики присущи прямому маркетингу?
 - 1) краткосрочность взаимоотношений с клиентом
 - 2) ориентация на среднестатистического потребителя
 - 3) ориентация на продукт
 - 4) ориентация на определенную группу потребителей
46. Какие из приведенных функций позволяет автоматизировать ERP-системой?
 - 1) планирование производства и составление расписаний
 - 2) обработку и исполнение заказов.
 - 3) планирование маркетинговых операций
 - 4) ведение финансового, налогового и бухгалтерского учета
47. Какие функции содержит система СТИ?
 - 1) идентификация клиента по номеру телефона
 - 2) управление задачами для оператора в соответствии
 - 3) определение номера телефона
 - 4) автоматическое распределение звонков
48. Какие существуют способы получения информации на компьютер менеджера по продажам?
 - 1) доступ к данным через онлайн-соединение с центральным сервером
 - 2) периодическая синхронизация информации на компьютере менеджера с центральным сервером
 - 3) постоянный доступ к данным через локальную сеть предприятия
 - 4) все ответы верны

49. Какие мероприятия предполагает целевой маркетинг?

- 1) сегментирование рынка
- 2) позиционирование товара на рынке
- 3) построение долгосрочных взаимовыгодных взаимоотношений с клиентами
- 4) выбор целевых сегментов рынка

50. Характеристики маркетинга отношений

- 1) применение концепции кросс-продаж
- 2) сегментация потребителей
- 3) взаимодействие с конкретным потребителем
- 4) взаимодействие с группой потребителей

Варианты для выполнения итоговой работы

Первая буква фамилии студента	№ варианта	Предметная область
А, Б	1.	ИТ-компания Или Строительный магазин
В, Г	2.	Магазин одежды Или Супермаркет
Д, Е, Ё	3.	Автосалон Или Мебельный центр
Ж, З, И	4.	Магазин бытовой техники Или Риэлтерское агентство
К, Л, М	5.	Туристическая фирма Или Магазин электроники
Н, О, П	6.	Строительный магазин Или Мебельный центр
Р, С, Т	7.	ИТ-компания Или Автосалон
У, Ф, Х	8.	Магазин одежды Или Магазин бытовой техники
Ц, Ч, Ш, Щ	9.	Мебельный центр Или Риэлтерское агентство
Э, Ю, Я	10.	Туристическая фирма Или Магазин электроники

Примечание. Студентом может быть выбрана другая предметная область, например, связанная с местом работы и/или практики. В этом случае тему необходимо предварительно согласовать с преподавателем.

