

Подписано цифровой подписью: АНОО ВО
"СИБИТ"

Причина: Я утвердил этот документ
DN: ИИН ЮЛ=7707329152, E=uc@tax.gov.ru,
ОГРН=1047707030513, C=RU, S=77 Москва, L=г.
Москва, STREET="ул. Неглиная, д. 23",
O=Федеральная налоговая служба, CN=Федеральная
налоговая служба

УТВЕРЖДЕНО

Ректор

Родионов М. Г.

протокол от 27.08.2025 № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «CRM-СИСТЕМЫ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) подготовки: Прикладная информатика в экономике

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2025

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

г. Омск, 2025

Разработчики:

Доцент, департамент очного обучения Куликова Е. В.

**Рецензенты:**

Пестова С.Ю., доцент кафедры «Цифровые технологии» ФГБОУ ВО «Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (СИБАДИ)», к.пед.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утвержденного приказом Минобрнауки от 19.09.2017 № 922, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Программист", утвержден приказом Минтруда России от 20.07.2022 № 424н; "Специалист по информационным системам", утвержден приказом Минтруда России от 13.07.2023 № 586н; "Руководитель проектов в области информационных технологий", утвержден приказом Минтруда России от 27.04.2023 № 369н; "Системный аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 27.04.2023 № 367н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1		Руководитель образовательно й программы	Родионов М. Г.	Согласовано	27.08.2025, № 11

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре ОП
4. Объем дисциплины и виды учебной работы
5. Содержание дисциплины
 - 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
 - 5.2. Содержание разделов, тем дисциплины
6. Рекомендуемые образовательные технологии
7. Оценочные материалы текущего контроля
8. Оценочные материалы промежуточной аттестации
9. Порядок проведения промежуточной аттестации
10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
 - 10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
 - 10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
 - 10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
 - 10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование
11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - 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 изучения 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.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

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

ПК-1.1/Зн48 Методы решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе использования CRM-систем

ПК-1.1/Зн49 Типы и технологии CRM-систем, категории программных продуктов класса CRM

ПК-1.1/Зн50 Функциональные возможности CRM-системы для автоматизации учета клиентов, продаж и 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:

ПК-1.2/Ум43 Выбирать технологию и тип CRM-системы в зависимости от поставленной задачи

ПК-1.2/Ум44 Выполнять стандартные задачи профессиональной деятельности на основе использования CRM-системы

ПК-1.2/Ум45 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:

ПК-5.1/Зн14 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:

ПК-5.2/Ум15 Проверять соответствия рабочих мест требованиям CRM-системы

ПК-5.2/Ум16 Устанавливать и настраивать программное обеспечение CRM-систем

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «CRM-системы» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах):
Очная форма обучения - 7, Очно-заочная форма обучения - 7, Заочная форма обучения - 7.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Web-ориентированное программирование;

Web-технологии;

Бухгалтерский учет;

Информационные системы и сервисы;

Налоги и налогообложение;

Практикум по прикладной информатике;

Проектирование информационных систем;

Системы управления базами данных;

Финансы и кредит;

Экономика организации;

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Администрирование информационных систем;

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы;

Интеллектуальные ИС;

Комплексная оценка качества ИС;

Практикум по прикладной информатике;

Программные средства и информационные технологии организации;

производственная практика (технологическая (преддипломная));

Системы электронного документооборота;

Современные стандарты информационного взаимодействия систем;

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	108	3	56	2	18	18	18	43	Зачет (9)
Всего	108	3	56	2	18	18	18	43	9

Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	108	3	38	2	12	12	12	66	Зачет (4)
Всего	108	3	38	2	12	12	12	66	4

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Седьмой семестр	108	3	8	2	2	2	2	96	Зачет (4)
Всего	108	3	8	2	2	2	2	96	4

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

[illegible]

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. CRM-системы	99	2	18	18	18	43	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2
Тема 1.1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий	22		4	4	4	10	
Тема 1.2. Процесс разработки CRM-стратегии	16		2	2	2	10	
Тема 1.3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	49		12	10	10	17	
Тема 1.4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	12	2		2	2	6	
Итого	99	2	18	18	18	43	

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. CRM-системы	104	2	12	12	12	66	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2
Тема 1.1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий	26		3	3	3	17	
Тема 1.2. Процесс разработки CRM-стратегии	26		3	3	3	17	
Тема 1.3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	25		3	3	3	16	
Тема 1.4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	27	2	3	3	3	16	
Итого	104	2	12	12	12	66	

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. CRM-системы	104	2	2	2	2	96	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2
Тема 1.1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий	26			2		24	
Тема 1.2. Процесс разработки CRM-стратегии	26		2			24	
Тема 1.3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	26				2	24	
Тема 1.4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий	26	2				24	
Итого	104	2	2	2	2	96	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. CRM-системы

Тема 1.1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий

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.

2) 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.

Тема 1.2. Процесс разработки CRM-стратегии

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.

Тема 1.3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

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.

2) 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».

3) 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 соответствий рабочих мест требованиям CRM-системы.

4) 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.

Тема 1.4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий

Перспективы нового поколения стратегии управления взаимоотношениями с клиентами. Концепция CEM (CustomerExperienceManagement - управление опытом клиента). концепция CMR (Customermanagementofrelationships – клиент, управляющий отношениями). Концепция E-CRM. Концепция ERM (EnterpriseRelationshipManagement – управление поставщиками)

6. Рекомендуемые образовательные технологии

При преподавании дисциплины 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.

Семинарские занятия по дисциплине 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 опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На семинарских 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.

7. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: Очная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.

1. Работа с тестовыми заданиями
2. Выполнение итоговой работы

Промежуточная аттестация: Очно-заочная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.

1. Работа с тестовыми заданиями
2. Выполнение итоговой работы

Промежуточная аттестация: Заочная форма обучения, Зачет, Седьмой семестр.

1. Работа с тестовыми заданиями
2. Выполнение итоговой работы

8. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. CRM-системы

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-5.1 ПК-5.2

Тема 1.1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

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:

Практическое занятие 1.

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.

Лабораторное занятие 1.

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.

Практическое занятие 2.

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.

Лабораторное занятие 2.

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 1.2. Процесс разработки CRM-стратегии

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

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:

Практическое занятие.

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.

Лабораторное занятие.

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 1.3. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

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:

Практическое занятие 1.

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.

Лабораторное занятие 1.

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.

Практическое занятие 2.

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.

Практическое занятие 3.

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.

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

Практическое занятие 4.

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.

Лабораторное занятие 2.

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.
5. Выполнить настройку справочников.

Лабораторное занятие 3.

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.

Лабораторное занятие 4.

Задание:

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

Лабораторное занятие 5.

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.

Лабораторное занятие 6.

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 1.4. Перспективы развития клиентоориентированных технологий

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

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.

3. Работа на практических занятиях:

Практическое занятие.

Вопросы для обсуждения:

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

9. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-5.1 ПК-1.2 ПК-5.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в приложении 6

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в приложении 7.

Очно-заочная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-5.1 ПК-1.2 ПК-5.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в приложении 6

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в приложении 7.

Заочная форма обучения, Седьмой семестр, Зачет

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-5.1 ПК-1.2 ПК-5.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в приложении 6

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в приложении 7.

10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Провалов, В. С. Информационные технологии управления: учебное пособие / В. С. Провалов. - 4-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2018. - 374 с. - 978-5-9765-0269-7. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69111> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Курбесов, А. В. Корпоративные информационные системы: учебное пособие / А. В. Курбесов. - Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. - 122 с. - 978-5-7972-2476-1. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567042> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Баранов, В. В. Управление развитием высокотехнологичного предприятия в условиях информационного общества: монография / В. В. Баранов, И. В. Баранова, А. В. Зайцев. - Москва: Креативная экономика, 2018. - 186 с. - 978-5-91292-236-7. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://doi.org/10.18334/9785912922367> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Балдин, К. В. Информационные системы в экономике: учебник / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. - 9-е изд., стер. - Москва: Дашков и К°, 2021. - 395 с. - 978-5-394-04038-2. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684194> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <http://www.ebiblioteka.ru> - Базы данных East View

2. <https://scholar.google.ru> - Международная научная реферативная база данных

Ресурсы «Интернет»

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

10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

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» (<http://www.biblioclub.ru>).
2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (<http://lib.sano.ru>).
3. Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
4. Электронная справочная система ГИС Омск.

10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Институт располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

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

Для лекций, семинаров (практических), групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА

Мультимедийная учебная аудитория № 210

Перечень оборудования

- Аудиоколонка - 5 шт.
- Доска маркерная - 1 шт.
- Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
- Проектор - 1 шт.
- Стол - 37 шт.
- Стол преподавателя - 1 шт.
- Стул - 74 шт.
- Стул преподавателя - 1 шт.
- Трибуна - 1 шт.
- Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

- Adobe Acrobat Reader
- Kaspersky Endpoint Security для Windows
- Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
- Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 211

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 5 шт.

Доска маркерная - 1 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 1 шт.

Стол - 27 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 54 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Трибуна - 1 шт.

Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 304

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.

Доска маркерная - 1 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 0 шт.

Стол - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 36 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Экран - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows 10

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 312

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Лаборатория иностранных языков и информационных дисциплин № 404

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Мультимедиапроектор - 1 шт.
Персональный компьютер - 11 шт.
Стол - 11 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 28 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Microsoft Visual Studio 2017 CE (C#, C++)
Microsoft Visual Studio 2010 Express
Microsoft Visual Studio Community
Microsoft SQL 2010 Express
Notepad ++
MySQL
OracleSQLDeveloper
Microsoft SOAPToolkit
CADE
Microsoft Windows 10 Professional Russian
Microsoft Office 2019 Standart Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

Мультимедийная учебная аудитория № 422

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.

Доска маркерная - 1 шт.
Интерактивная доска - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Стол - 13 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 26 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows 8 Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Для семинаров (практических, лабораторных), консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА, НИР, курсового проектирования
Лаборатория иностранных языков и информационных дисциплин № 401

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Интерактивная доска - 1 шт.
Информационная доска - 1 шт.
Лингафонное оборудование - 0 шт.
Мультимедиапроектор - 1 шт.
Наушники с микрофоном - 10 шт.
Персональный компьютер - 11 шт.
Стол - 8 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 16 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office стандартный 2016
Microsoft Access 2016
Joy Class
NetBeansIDE
Microsoft Visual Studio 2017 CE (C#, C++)
Microsoft Visual Studio 2010 Express
Microsoft Visual Studio Community
Microsoft SQL 2010 Express
Notepad ++
MySQL
OracleSQLDeveloper

Microsoft SOAPToolkit
CADE
Denwer 3 webserver
Dev-C++
IDEEclipse
JDK 6
Freepascal
Lazarus
Geany
JavaDevelopmentKit
TheRProject
NetBeansIDE8
StarUML 5.0.2
EViews 9 StudentVersionLite
Gretl
Matrixer
Maxima
Xmind
BPWIN
IrfanView
SMARTBoard

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Лаборатория экономических и информационных дисциплин № 402

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Персональный компьютер - 10 шт.
Стол - 13 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 16 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
NetBeansIDE
Microsoft Visual Studio 2017 CE (C#, C++)
Microsoft Visual Studio 2010 Express
Microsoft Visual Studio Community
Microsoft SQL 2010 Express
Notepad ++
MySQL
OracleSQLDeveloper
Microsoft SOAPToolkit
CADE
Denwer 3 webserver
Dev-C++
IDEEclipse

JDK 6
Freepascal
Lazarus
Geany
JavaDevelopmentKit
TheRProject
NetBeansIDE8
StarUML 5.0.2
EViews 9 StudentVersionLite
Gretl
Matrixer
Maxima
Xmind
BPWIN
IrfanView
SMARTBoard
Gimp
Java 8 Update 381 (64-bit)
Microsoft Office 2013 Professional Plus Win32 Russian
1С Предприятие 8.2. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
1С 8.2 АБС "Управление кредитной организацией"
Microsoft Project 2010

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Лаборатория иностранных языков и информационных дисциплин № 403

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.
Лингафонное оборудование - 0 шт.
Наушники с микрофоном - 10 шт.
Персональный компьютер - 11 шт.
Стол - 9 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 21 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Техническое оснащение (монитор) - 2 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
NetBeansIDE
Microsoft Visual Studio 2017 CE (C#, C++)
Microsoft Visual Studio 2010 Express
Microsoft Visual Studio Community
Microsoft SQL 2010 Express
Notepad ++
MySQL
OracleSQLDeveloper

Microsoft SOAPToolkit
CADE
Denwer 3 webserver
Dev-C++
IDEEclipse
JDK 6
Freepascal
Geany
JavaDevelopmentKit
TheRProject
NetBeansIDE8
StarUML 5.0.2
EViews 9 StudentVersionLite
Gretl
Matrixer
Maxima
Xmind
BPWIN
IrfanView
NetClass
Microsoft Windows XP Professional Russian
CorelDRAW Graphics Suite X4
NetClass PRO
Gimp

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Для лекций, семинаров (практических), групповых и индивидуальных консультаций,
текущего контроля, промежуточной аттестации
Мультимедийная учебная аудитория № 305

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Информационная доска - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Круглый стол - 3 шт.
Ноутбук DELL - 8 шт.
Ноутбук HP - 2 шт.
Персональный компьютер - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стеллаж - 2 шт.
Стол одноместный - 10 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 27 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

MariaDB 10.11 (x64)

Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного, компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий
Специальное помещение № 420

Перечень оборудования

Запасные части для компьютерного оборудования - 0 шт.
Наушники для лингафонного кабинета - 0 шт.
Паяльная станция - 1 шт.
Персональный компьютер - 4 шт.
Планшетный компьютер - 15 шт.
Сервер - 10 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Стол - 4 шт.
Стул - 4 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
Специальное помещение № 003

Перечень оборудования

Запасные части для столов и стульев - 0 шт.
Материалы для сопровождения учебного процесса - 0 шт.
Наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования - 0 шт.
Станок для сверления - 0 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Угловая шлифовальная машина - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

ВИДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Успешное освоение теоретического материала по дисциплине требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение лекционного теоретического материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам дисциплины. Самостоятельная работа студентов предусматривает следующие виды:

1. Аудиторная 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. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – подготовка к лекционным, 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 индивидуальных практических заданий, подготовка к тестированию по дисциплине, выполнение итоговой работы.

Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам.

При планировании и организации времени для изучения дисциплины необходимо руководствоваться п. 5.1 или 5.2 рабочей программы дисциплины и обеспечить последовательное освоение теоретического материала по отдельным вопросам и темам (Приложение 2).

Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине:

1. Изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью уяснения значения основных терминов, понятий, определений;
2. Изучение учебно-методических материалов для лекционных, практических занятий, лабораторных работ;
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. 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, представленными в электронной библиотеке института, и предназначенными для подготовки к лекционным и семинарским занятиям.

Контроль аудиторной самостоятельной работы осуществляется в форме дискуссии и собеседования. Контроль внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в форме устного или письменного опроса. Промежуточный контроль знаний в форме экзамена осуществляется посредством письменного тестирования, включающего вопросы и задания для самостоятельного изучения.

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). Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего и промежуточного контроля представлены в Приложении 3.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена/зачета 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 могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины (Приложение 6)

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

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ЭТАПЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

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

- 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.

2) Письменное задание

Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-5

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, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице, представленной в приложении 4.

3) 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 курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Описание кейса приведено в приложении 5.

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 основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

Текущий контроль:

- посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия) - 0-35 баллов;
- письменное задание (реферат) - 0-25 баллов;
- практическое задание (кейс) - 0-50 баллов.

Промежуточная аттестация:

- итоговая работа - 25 баллов.

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.

Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

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.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

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		
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

Тематическое планирование самостоятельной работы студентов

Тема, раздел	Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода. CRM-системы в оптимизации деятельности современных предприятий	10	24	17	- 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	17	- 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	16	- 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	16	- 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	66		

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	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. 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; д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 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.).	0-25

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

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

№ 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

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

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.

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.,
сchem., 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).

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

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.

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 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
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).

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

1. Что такое CRM? Дайте определение этому термину 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.