


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:
на заседании кафедры этики, культурологии и
связей с общественностью
протокол № 7 от «5» июня 2020 г.

Согласовано:
Председатель УМК факультета философии и
социологии

Зав. кафедрой  /Иткулова Л.А.

 / Хабибуллина З.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Основы работы с CRM-системами

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа магистратуры

Направление подготовки

42.04.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация

Магистр

Форма обучения

заочная

Разработчик (составитель): доцент кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, к. филос. н.	/Гарипова Г.Р.
---	----------------

Для приема: 2020 г.

Уфа – 2020 г.

Составитель: к. философских наук, доцент Г.Р. Гарипова

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью, протокол № 7 от «5» июня 2020 г.

Заведующий кафедрой  / Л.А. Иткулова

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры этики, культурологии и связей с общественностью,

протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры _____,

протокол № _____ от «____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	7
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.	7
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.	12
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	19
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.	

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21
--	----

1.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	ПК-2. Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	ПК-2.1. Знаком с теорией и методологией управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры	Знает теорию и методологию управления инфраструктурой организации, в том числе в международных организациях
		ПК-2.2. Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов компании	Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов в международных компаниях или компаниях, которые работают на международных рынках сбыта.
		ПК-2.3. Владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации	Владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации, в том числе и в сфере международного рекламного менеджмента
	ПК-3 Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований	ПК-3.1. Определяет проблемное поле, цели, задачи, рамки исследовательской деятельности, возможные этапы, сценарии, технологии,	Знает вопросы постановки проблемы, задач исследовательской деятельности, этапов исследования в международном рекламном менеджменте. При постановке задач

		деятельности, исходя из социальной ситуации, имеющихся ресурсов, возможных результатов деятельности и последствий реализации различных сценариев.	руководствуется сложившейся социальной ситуацией, может спрогнозировать возможные результаты деятельности и ее последствия
		ПК-3.2. Распределяет последовательность и виды работ, определяет временные и другие рамки исследовательской деятельности.	Умеет распределить последовательность и виды работ, может установить временные рамки исследовательской деятельности
		ПК-3.3. Координирует и контролирует результативность и эффективность рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточных этапах, корректирует исследовательскую и проектную деятельность в случае необходимости.	Владеет навыками координации и контроля результатов исследования, владеет навыками оценки результатов исследовательской деятельности в международном рекламном менеджменте

Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы работы с CRM-системами» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина изучается на 3 курсе в 1 семестре.

Цель учебной дисциплины «Основы работы с CRM-системами» – изучение CRM-системы, особенностей автоматизирования и стандартизации всех процессов, касающихся отношений с клиентами. Познакомить обучающихся с навыками: вести учет заявок и сделок; управлять задачами и проектами; представлять наглядные онлайн-отчеты; отслеживать выполнение KPI; записывать клиентов на услуги; составлять документы по шаблону; подсчитывать стоимость услуг; управлять финансами; взаимодействовать с почтой, телефонией, соцсетями, СМС и e-mail-рассылкой; автоматизировать бизнес-процессы.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в приложении 1.

4.Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции: ПК-2 - Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

Код и наименована индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		Не удовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-2. Способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	ПК-2.1. Знаком с теорией и методологией управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры	Отсутствие знаний о теории и методологии управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры в международном рекламном менеджменте	фрагментарное представление о теории и методологии управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры в международном рекламном менеджменте	Сформированное целостное представление о теории и методологии управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры в международном рекламном менеджменте	Отличное знание теории и методологии управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры в международном рекламном менеджменте
	ПК-2.2. Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов компании	Отсутствие умения организовать работу по построению коммуникационных отделов компании в области рекламной деятельности	фрагментарные умения организовать работу по построению коммуникационных отделов компании в области рекламной деятельности	В целом успешное умение организовать работу по построению коммуникационных отделов компании в области рекламной	Отличное умение организовать работу по построению коммуникационных отделов компании в области рекламной деятельности

		ти		деятельнос ти	
	ПК-2.3. Владеет навыками создания и управления коммуникационн ой инфраструктурой организации	Отсутствие умения создавать и управлять коммуника ционной инфраструк турой организаци и в области рекламного менеджмен та	фрагментарн ые умения создавать и управлять коммуникац ионной инфраструкт урой организации в области рекламного менеджмент а	В целом успешное владение навыками создавать и управлять коммуника ционной инфраструк турой организаци и в области рекламного менеджмен та	Отличное владение навыками создавать и управлять коммуникаци онной инфраструкту рой организации в области рекламного менеджмента

Код и формулировка компетенции: ПК-3 Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		Не удовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ПК-3 Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований	ПК-3.1. Определяет проблемное поле, цели, задачи, рамки исследовательской деятельности, возможные этапы, сценарии, технологии, деятельности, исходя из социальной ситуации, имеющихся ресурсов, возможных результатов деятельности и последствий реализации различных сценариев.	Отсутствие представления о проблемном поле, целях, задачах, рамках исследовательской деятельности, возможных этапах, сценарии, технологии деятельности в рамках международного рекламного менеджмента	фрагментарное представление о проблемном поле, целях, задачах, рамках исследовательской деятельности, возможных этапах, сценарии, технологии деятельности и в рамках международного рекламного менеджмента	Сформированное целостное представление о проблемном поле, целях, задачах, рамках исследовательской деятельности, возможных этапах, сценарии, технологии деятельности и в рамках международного рекламного менеджмента	Отлично знает и применяет целостное представление о проблемном поле, целях, задачах, рамках исследовательской деятельности, возможных этапах, сценарии, технологии деятельности в рамках международного рекламного менеджмента

	<p>ПК-3.2. Распределяет последовательность и виды работ, определяет временные и другие рамки исследовательской деятельности.</p>	<p>Отсутствие навыков распределения последовательности и видов работ, не может определить временные и другие рамки исследований в области рекламного менеджмента</p>	<p>фрагментарные умения в области распределения последовательности и видов работ, может определить временные и другие рамки исследований в области рекламного менеджмента</p>	<p>В целом успешное умение распределения последовательности и видов работ, может определить временные и другие рамки исследований в области рекламного менеджмента</p>	<p>Отличные навыки подготовки распределения последовательности и видов работ, может определить временные и другие рамки исследований в области рекламного менеджмента</p>
	<p>ПК-3.3. Координирует и контролирует результативность и эффективность рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточных этапах, корректирует исследовательскую и проектную деятельность в случае необходимости.</p>	<p>Отсутствие навыков владения компетенциями координации и контроля результативности рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточном этапе рекламного менеджмента.</p>	<p>фрагментарные владения навыками осуществлять координацию и контроль результативности рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточном этапе рекламного менеджмента.</p>	<p>В целом успешное владение навыками координации и контроля результативности рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточном этапе рекламного менеджмента.</p>	<p>Отличное владение навыками осуществлять координации и контроля результативности рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточном этапе рекламного менеджмента. Может корректировать исследовательскую и проектную деятельность в случае необходимости.</p>

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические

материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-2.1. Знаком с теорией и методологией управления коллективом, построения эффективной корпоративной культуры	Знает теорию и методологию управления инфраструктурой организации, в том числе в международных организациях	Опрос при проведении семинаров, тестирование.
ПК-2.2. Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов компании	Умеет организовать работу по построению коммуникационных отделов в международных компаниях или компаниях, которые работают на международных рынках сбыта.	Опрос при проведении семинаров, тестирование.
ПК-2.3. Владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации	Владеет навыками создания и управления коммуникационной инфраструктурой организации, в том числе и в сфере международного рекламного менеджмента	Опрос при проведении семинаров, тестирование.
ПК-3.1. Определяет проблемное поле, цели, задачи, рамки исследовательской деятельности, возможные этапы, сценарии, технологии, деятельности, исходя из социальной ситуации, имеющихся ресурсов, возможных результатов деятельности и последствий реализации различных сценариев.	Знает вопросы постановки проблемы, задач исследовательской деятельности, этапов исследования в международном рекламном менеджменте. При постановке задач руководствуется сложившейся социальной ситуацией, может спрогнозировать возможные результаты деятельности и ее последствия	Опрос при проведении семинаров, тестирование.
ПК-3.2. Распределяет последовательность и виды работ, определяет временные и другие рамки исследовательской деятельности.	Умеет распределить последовательность и виды работ, может установить временные рамки исследовательской деятельности	Опрос при проведении семинаров, тестирование.
ПК-3.3. Координирует и контролирует результативность и эффективность рабочего процесса по всем видам деятельности, в том числе на промежуточных этапах, корректирует	Владеет навыками координации и контроля результатов исследования, владеет навыками оценки результатов исследовательской деятельности в международном рекламном	Опрос при проведении семинаров, тестирование.

исследовательскую и проектную деятельность в случае необходимости.	менеджменте	
--	-------------	--

Примерные вопросы для зачета:

1. Метод управления на основе информационных систем.
2. Проблемы построения корпоративной информационной системы.
3. Бизнес-модель. Моделирование бизнес-процессов.
4. Преимущества от внедрения информационной интегрированной модели на предприятии.
5. Классификация информационных систем.
6. Особенности ERP-систем.
7. Классификация ERP-систем.
8. Проблемы внедрения ERP-систем на предприятии.
9. Маркетинг взаимоотношений как современная маркетинговая концепция.
10. Принципы маркетинга взаимоотношений.
11. Компоненты построения системы взаимоотношения с клиентами.
12. Процесс привлечения и удержания потребителя.
13. Стратегия управления взаимоотношениями.
14. Клиентская лояльность.
15. Системы сбора и работы с информацией о потребителях и клиентских группах.
16. Определения CRM.
17. CRM-стратегия. Формирование CRM-стратегии
18. Программа повышения лояльности.
19. Структура и связи CRM-процессов.
20. Классификация CRM-систем по логике построения, назначению и функциональности.
21. Аутсорсинг CRM-систем.
22. Использование облачных технологий.
23. Особенности архитектуры построения CRM-систем. Варианты реализации, принципы работы, синхронизация, разделение доступа.
24. Критерии выбора CRM-систем.
25. Порядок внедрения CRM-систем.
26. Перестройка организации при внедрении информационных систем.
27. Оценка параметров проекта внедрения CRM.
28. Модель полной стоимости владения информационной системой.
29. Аутсорсинг при внедрении.
30. Особенности работы с облачными технологиями и SaaS-решениями.
31. BI-системы – назначение, устройство, принципы работы.
32. Основные принципы работы и инструментарий BI-систем.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ:

В настоящее время проверка качества подготовки студентов на зачётах заканчивается выставлением отметок «зачтено» и «не зачтено». Критерии оценки знаний должны устанавливаться в соответствии с требованиями к профессиональной подготовке, исходя из действующих учебных планов и программ, с учётом характера конкретной дисциплины, а также будущей практической деятельности выпускника.

В качестве исходных рекомендуется общие критерии оценок:

Оценка «зачтено» предполагает:

- а) хорошее знание основных терминов и понятий курса;
- б) хорошее знание и владение методами изучения мифологии; в) последовательное изложение материала курса;
- г) умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов; д) умение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

Оценка «не зачтено» предполагает:

- а) неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса; б) отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- в) неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов; г) неумение использовать фундаментальные понятия из базовых культурологических дисциплин;

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ:

МОДУЛЬ 1. Общие положения CRM -систем

Тема 1. Стандартизация методов управления как современная тенденция.

Метод управления на основе информационных систем. Проблемы построения корпоративной информационной системы.

Бизнес-модель. Обзор стандартов, нотаций, программного обеспечения и методики проведения моделирования бизнес-процессов.

Информационная модель. Информационная интегрированная система. Преимущества от внедрения информационной интегрированной модели на предприятии. История развития концепций и стандартов управления предприятием. Классификация информационных систем.

Тема 2. ERP-системы.

Особенности ERP-систем. Классификация, примеры и обзор мирового и отечественного рынка ERP-систем. Проблемы внедрения ERP-систем на предприятии. SAP, Oracle и Microsoft как основные поставщики ERP-систем для крупного бизнеса. Основная функциональность, краткая характеристика основных модулей системы Microsoft Dynamics.

Тема 3. Эволюция клиент-ориентированных технологий. CRM-стратегия бизнеса.

Маркетинг взаимоотношений как современная маркетинговая концепция. Развитие концепции маркетинга взаимоотношений. Принципы маркетинга взаимоотношений. Компоненты построения системы взаимоотношения с клиентами. Процесс привлечения и удержания потребителя. Стратегия управления взаимоотношениями. Клиентская лояльность. Потребительская стоимость и потребительская ценность жизненного цикла клиента. Системы сбора и работы с информацией о потребителях и клиентских группах.

Предыстория CRM – экономические и технологические предпосылки. Три этапа развития концепции CRM. Определения CRM. CRM-стратегия. Методика изучения клиентов. Формирование CRM-стратегии

Программа повышения лояльности. CRM-система как инструмент воплощения CRM-стратегии в жизни компании.

МОДУЛЬ 2. Практические аспекты работы с CRM -системами

Тема 4. Общие понятия CRM-систем. Архитектура CRM-систем.

Основная идея CRM-системы. Структура и связи CRM-процессов. Классификация CRM-систем по логике построения, назначению и функциональности. Аутсорсинг CRM-систем. Использование облачных технологий. Кому и как будет полезна CRM-система. Технология работы CRM-системы, основные инструменты. Особенности архитектуры

построения CRM-систем. Варианты реализации, принципы работы, синхронизация, разделение доступа.

Тема 5. Выбор CRM-системы.

Методология и трудности внедрения CRM-систем. Критерии выбора CRM-систем. Обзор зарубежного и отечественного рынка CRM-систем. Сравнение разных систем и обзор их возможностей.

Порядок внедрения CRM-систем. План действий при внедрении CRM-системы со стороны компании-заказчика и внедряющей компании. Возможные проблемы внедрения. Главные факторы риска и пути их преодоления.

Перестройка организации при внедрении информационных систем. Оценка параметров проекта внедрения CRM. Оценка трудоемкости и стоимости внедрения. Модель полной стоимости владения информационной системой. Сопоставление вариантов создания информационной системы. Аутсорсинг при внедрении. Особенности работы с облачными технологиями и SaaS-решениями.

Примеры CRM-систем.

Обзор основных возможностей систем. Архитектура построения. Примеры использования.

Тема 6. Аналитические BI-системы и их роль в маркетинге.

BI-системы – назначение, устройство, принципы работы. BI-системы как системы поддержки принятия решений. Основные принципы работы и инструментарий BI-систем. Обзор наиболее известных BI-систем: SAP BI/BO, SAP Business Planning and Consolidation, Oracle Business Intelligence, IBM Cognos BI, QlikView, Microsoft Power BI, Tableau.

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты социальных процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, правовыми актами и другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию - в тезисной форме.

Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, решения задач, тестирования, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует развитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если выступил с докладом и презентацией, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет развернуть дискуссию по обозначенной проблеме;
- 4 балла выставляется студенту, если выступил с докладом, хорошо разбирается в материале, сумел ответить на вопросы;
- 2 балла выставляется студенту, если он выступил с докладом, но плохо знаком с материалом, не ответил на все вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не ответил на дополнительные вопросы, не готов к занятию.

Контрольная работа (текущая аттестация)

В качестве контрольной работы студентам предлагается провести исследование актуальной темы по истории культуры. Задание для контрольной работы выдается на 8 неделе и проверяется в течение 14 -15 недель учебного курса. Количество часов самостоятельной работы, отведенной на подготовку к контрольной работе: 26 часов. Контрольная работа состоит из двух частей: а) проведение исследования конкретной проблемы; б) написание аналитической записки по результатам исследования. Контрольная работа проверяет навыки постановки проблемы, разработки концепции, построения гипотезы, составления плана проведения исторического исследования. Обсуждение результатов контрольной работы в форме дискуссии проверяет навыки аргументированного изложения собственной точки зрения, ведение и участие в дискуссии. Представление результатов контрольной работы в виде аналитического отчета формирует аналитические компетенции студента.

Примерные темы контрольной работы:

1. Бизнес-модель, информационная модель, информационная система.
2. Преимущества, которые дает ERP-информационная система.
3. Определение эффективности внедрения ERP-системы. Альтернативное мнение о расчете эффективности.
4. ERP системы на мировом рынке. Сроки внедрения (плановые и фактические), сроки возврата инвестиций. Современные тенденции и прогнозы развития ERP систем.
5. Этапы проведения моделирования бизнес-процессов на предприятии.
6. Основные нотации моделирования бизнес-процессов их краткая характеристика и примеры программных продуктов.
7. Мифы и реальности ERP-систем.
8. Трудности выбора ERP-систем.
9. Основные рекомендации по каждому этапу внедрения ERP-систем.
10. Основные проблемы внедрения ИИС на российских предприятиях. Тенденции развития корпоративных информационных систем.
11. Этапы внедрения корпоративной информационной системы.
12. Архитектура корпоративных информационных систем, составляющие
13. информационных систем.
14. Тенденции развития корпоративных информационных систем.
15. Этапы внедрения корпоративной информационной системы.
16. Разработка методики внедрения (определение методов оптимизации,
17. планирования, автоматизации).
18. CRM – стратегия бизнеса.
19. Основные понятия и преимущества CRM-систем.
20. Критерии выбора CRM-систем.
21. Порядок внедрения CRM-систем.
22. Проблемы при внедрении CRM-систем.
23. Обзор рынка CRM-систем.
24. BI-системы и их основные компоненты.
25. Состояние вендоров BI-систем на мировом рынке.
26. OLAP – определение и основные инструменты.
27. Задачи, решаемые с помощью OLAP.

28. Data Mining. Определение и основные инструменты.
29. Основные отличия концепции CRM от концепции традиционного маркетинга.
30. Основные предпосылки возникновения клиенто-ориентированного подхода.
31. История возникновения и развития подхода CRM как в России, так и на Западе.
32. Главные кросс-функциональные процессы CRM.
33. Процесс разработки стратегии CRM.
34. Бизнес-стратегия как часть процесса разработки стратегии CRM.
35. Бизнес-видение и его основные элементы.
36. Модель отраслевого анализа.
37. Модель общих стратегий.
38. Стратегия дифференциации и ее отражение в системе CRM.
39. Стратегию фокусирования и ее отражение в системе CRM.
40. Стратегия близости к клиенту.
41. Ценность, получаемую клиентом от компании.
42. Лестница лояльности клиентов.
43. Способы оценки ценности, получаемой клиентами от компании.
44. Ценность, получаемая компанией от клиента.
45. Классификацию клиентов по их прибыльности.
46. Модель оптимизации удержания клиентов.
47. Сущность и значение интеграции каналов взаимодействия.
48. Стратегии в отношении каналов взаимодействия клиента с компанией.
49. Роль информационных технологий в процессе управления информацией согласно концепции CRM.
50. Технические препятствия, возникающие в процессе разработки клиенто-ориентированной стратегии.
51. Репозиторий данных и его роль в CRM.
52. Хранилище данных и его виды.
53. Витрина данных в CRM-системе.
54. Аналитические средства в процессе управления отношениями с клиентами.
55. Специализированные пакеты аналитических программ.
56. Стандарт «Инструмент для оценки эффективности управления клиентами» (СМАТ).
57. Стандарт «Центр оценки эффективности операций по работе с клиентами» (СОРС).
Ключевые показатели эффективности и их связь с CRM-системами.

Критерии оценки контрольной работы:

- умение искать и находить необходимую информацию, исходный материал;
- логичность построения хода и результатов выполнения работы;
- качество содержания работы (его соответствие требованиям образовательного модуля);
- качество оформления результатов работы;
- умение использовать дополнительные возможности информационных технологий, специального оборудования и программ;
- умение делать выводы, обобщения, рекомендации для улучшения качества работы.

Описание шкалы оценивания контрольной работы:

- оценки "отлично" (15 баллов) заслуживает обучающийся, который провёл всесторонний анализ выбранной темы, обнаруживший глубокое знание методологии исследований, выбранной темы изложивший собранный материал в ясной форме, сформулировавший обоснованные выводы по собранному материалу.
- оценки "хорошо" (10 баллов) заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший знание методологии исследования выбранной, сформулировавший основные выводы по материалу;
- оценки "удовлетворительно"(5 баллов) заслуживает обучающийся, давший полный анализ избранной темы, обнаруживший частичное знание методологии исследований выбранной темы, сформулировавший выводы по материалу, но допустивший ошибки при выполнении контрольного задания;

- оценка "неудовлетворительно" (0 баллов) выставляется обучающемуся, допустивший серьезные принципиальные ошибки при проведении исследования выбранной темы, пробелы в знаниях методов изучения исторического материала. Также данная оценка выставляется, если

Студент не предоставил работу.

Примерные тесты по дисциплине:

1. Основное назначение CRM-систем это:
 - а) Оптимизация маркетинговой и коммерческой деятельности предприятия;
 - б) Решения задач транспортной логистики;
 - в) Комплексное управление бизнесом;
 - г) Хранилище данных.
2. Для эффективного управления бизнесом и проектами предназначены следующие системы:
 - а) EPM;
 - б) TMS;
 - в) CRM;
 - г) WMS;
 - д) BI.
3. Какой из методов оценки эффективности бизнес-процессов учитывает затраты:
 - а) TQM;
 - б) UDP;
 - в) XML;
 - г) PDF;
 - д) ABC.
4. Какие из представленных моделей архитектур корпоративной информационной системы существуют:
 - а) Database Server;
 - б) Application Server;
 - в) Remote Data Access;
 - г) File Server;
 - д) Database Logic;
 - е) Business Server.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://rpd.bashedu.ru/node/384> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru/>

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Александров Д. В. Моделирование и анализ бизнес-процессов [Элек-тронный ресурс]: учебник/ Д. В. Александров— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 226 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61086.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Головицына М. В. Информационные технологии в экономике [Элек-тронный ресурс]/ М. В. Головицына— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 589 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52152.html>.— ЭБС «IPRbooks»

3. Граничин О. Н. Информационные технологии в управлении [Электронный ресурс]/ О. Н. Граничин, В. И. Кияев— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 377 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57379.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Джон Иган Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301/ Иган Джон— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 375 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34473.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Информационные технологии и управление предприятием [Электрон-ный ресурс]/ В. В. Баронов [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2017.— 327 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63813.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Липунцов Ю. П. Управление процессами. Методы управления предприятием с использованием информационных технологий [Электронный ресурс]/ Ю. П. Липунцов— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2017.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63960.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Рейнжиниринг бизнес-процессов [Электронный ресурс]: учебное посо-бие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ А. О. Блинов [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 343 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52639.html>.— ЭБС «IPRbooks»
8. Черкашин П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) [Электронный ресурс]/ П.А. Черкашин— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 420 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52212.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) Дополнительная литература:

1. Акулич И. Л. Маркетинг взаимоотношений [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ И. Л. Акулич— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2010.— 252 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20085.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Варзунов А. В. Анализ и управление бизнес-процессами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А. В. Варзунов, Е. К. Торосян, Л. П. Сажнева— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Университет ИТМО, 2016.— 114 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65772.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Майкл Ротер Учитесь видеть бизнес-процессы [Электронный ресурс]: построение карт потоков создания ценности/ Ротер Майкл, Шук Джон— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48459.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Мхитарян С. В. Системы управления взаимоотношениями с клиентами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С. В. Мхитарян, М. В. Маркова— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 150 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10826.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Александр Остервальдер Построение бизнес-моделей [Электронный ресурс] : настольная книга стратега и новатора / Остервальдер Александр, Пинье Ив. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2017. — 287 с. — 978-5-9614-1844-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68025.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

Перечень программного обеспечения:

Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition.

Лицензия бессрочная. Договор № 104 от 17.06.2013 г.

Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Лицензия бессрочная.

Договор № 114 от 12.11.2014 г.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;
- <http://polpred.com/news/>
- <http://www.consultant.ru/edu/center/>
- <http://www.marketologi.ru/index.html>
- <http://www.akarussia.ru/>
- <http://www.md-marketing.ru/>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 407, Аудитория № 419 Лаборатория ИТ (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 419).</p>	Лекции	<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 406 стол ученический – 11 шт., стул ученический – 22 шт., аудиторная доска 3-х секционная – 1 шт., стул рабочий – 1 шт., стол преподавателя – 1 шт., трибуна – 1 шт.,</p> <p>аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.; аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.; аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB - 15 шт.</p>
<p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: Аудитория №319, аудитория №407 (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 319).</p>	Практические занятия	<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 406 стол ученический – 11 шт., стул ученический – 22 шт., аудиторная доска 3-х секционная – 1 шт., стул рабочий – 1 шт., стол преподавателя – 1 шт., трибуна – 1 шт.,</p> <p>аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.; аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.; аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB - 15 шт.</p>
<p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 407, Аудитория № 419 Лаборатория ИТ (Российская Федерация,</p>	Индивидуальные и групповые консультации, промежуточная аттестация	<p>аудитория № 319 стул синий – 1 шт., стол компьютерный – 1 шт., мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U – 1 шт., экран настенный – 1 шт., трибуна – 1 шт., парты – 7 шт.,</p> <p>аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.; аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.;</p>

450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 419).		аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB - 15 шт.
4.учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: Аудитория №319, аудитория №407, аудитория №419 (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (4 этаж № 407, 319, 419).	Промежуточная аттестация	аудитория № 319 стул синий – 1 шт., стол компьютерный – 1 шт., мультимедиа-проектор Mitsubishi Electric ex320 UIEW 330U – 1 шт., экран настенный – 1 шт., трибуна – 1 шт., парты – 7 шт., аудитория № 406 стол ученический – 11 шт., стул ученический – 22 шт., аудиторная доска 3-х секционная – 1 шт., стул рабочий – 1 шт., стол преподавателя – 1 шт., трибуна – 1 шт., аудитория № 419 Лаборатория ИТ Оборудование: стол рабочий - 1 шт.; аудиторная парта 3-х местная - 14 шт.; аудиторная доска 3-х секционная - 1 шт.; стул кожаный - 1 шт.; проектор Optoma Ex542 i - 1 шт.; экран настенный Dinon - 1 шт., моноблоки Lenovo Think Centre All-in-One 2048MB 320GB - 15 шт.
5.помещения для самостоятельной работы: читальный зал №5 (Российская Федерация, 450076, Республика Башкортостан, Городской округ город Уфа, город Уфа, ул. Карла Маркса, д. 3/4, помещ. 2 (читальный зал № 5).	Самостоятельная работа	абонемент № 9 (читальный зал) принтер KyoceraFS-106DN(A4 Duplex Net25 – 1 шт., сканер штрих-кода – 2 шт., огнетушитель ОП-4(3) – 2 шт., стол ученический – 3 шт., стол читательский двухместный – 6 шт., стул рабочий – 14 шт., стул ученический – 6 шт., тумба приставная – 1 шт., USB(HD)-кабель для сканера CIPHER-1502 – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер CIPHER-1502 – 1 шт., компьютер: сист. блок, клавиатура – 1 шт., телефон Panasonic – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom – 2 шт.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
 ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
 ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Основы работы с CRM-системами на 5 семестр
 заочной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	19,2
лекций	8
лабораторных	-
практических/ семинарских	18
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	71,8
из них, предусмотренные на выполнение курсовой работы / курсового проекта	-
Учебных часов на подготовку к зачёту (Контроль)	9

Форма контроля:

Зачет 5 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР		
1	2	3	4	5	6	7	8
	МОДУЛЬ 1. Общие положения CRM - систем						
1.	<p>Тема 1. Стандартизация методов управления как современная тенденция.</p> <p>Метод управления на основе информационных систем. Проблемы построения корпоративной информационной системы.</p> <p>Бизнес-модель. Обзор стандартов, нотаций, программного обеспечения и методики проведения моделирования бизнес-процессов.</p> <p>Информационная модель. Информационная интегрированная система. Преимущества от внедрения информационной интегрированной модели на предприятии. История развития концепций и стандартов управления предприятием. Классификация информационных систем.</p>	2	3	-	12	Работа с лекцией, ознакомление с основной и доп. литературой.	Опрос.
2.	<p>Тема 2. ERP-системы.</p> <p>Особенности ERP-систем. Классификация, примеры и обзор</p>	1	3	-	12	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы	Опрос. Контрольная работа.

	мирового и отечественного рынка ERP-систем. Проблемы внедрения ERP-систем на предприятии. SAP, Oracle и Microsoft как основные поставщики ERP-систем для крупного бизнеса. Основная функциональность, краткая характеристика основных модулей системы Microsoft Dynamics.					реферата с данной темой.	
3.	<p>Тема 3. Эволюция клиент-ориентированных технологий. CRM-стратегия бизнеса.</p> <p>Маркетинг взаимоотношений как современная маркетинговая концепция. Развитие концепции маркетинга взаимоотношений. Принципы маркетинга взаимоотношений. Компоненты построения системы взаимоотношения с клиентами. Процесс привлечения и удержания потребителя. Стратегия управления взаимоотношениями. Клиентская лояльность. Потребительская стоимость и потребительская ценность жизненного цикла клиента. Системы сбора и работы с информацией о потребителях и клиентских группах. Предыстория CRM – экономические и технологические предпосылки. Три этапа развития концепции CRM. Определения CRM. CRM-стратегия. Методика изучения клиентов. Формирование CRM-стратегии</p> <p>Программа повышения лояльности. CRM-система как инструмент воплощения CRM-стратегии в жизни компании.</p>	1	3		12	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, проекта мероприятия, подготовка к Написанию реферата.	Опрос. Проект. Контрольная работа.

	МОДУЛЬ 2. Практические аспекты работы с CRM -системами						
4.	<p>Тема 4. Общие понятия CRM-систем. Архитектура CRM-систем.</p> <p>Основная идея CRM-системы. Структура и связи CRM-процессов. Классификация CRM-систем по логике построения, назначению и функциональности. Аутсорсинг CRM-систем. Использование облачных технологий. Кому и как будет полезна CRM-система. Технология работы CRM-системы, основные инструменты. Особенности архитектуры построения CRM-систем. Варианты реализации, принципы работы, синхронизация, разделение доступа.</p>	2	3		12	Подготовка к ПЗ	Опрос. Контрольная работа
5.	<p>Тема 5. Выбор CRM-системы.</p> <p>Методология и трудности внедрения CRM-систем. Критерии выбора CRM-систем. Обзор зарубежного и отечественного рынка CRM-систем. Сравнение разных систем и обзор их возможностей.</p> <p>Порядок внедрения CRM-систем. План действий при внедрении CRM-системы со стороны компании-заказчика и внедряющей компании. Возможные проблемы внедрения. Главные факторы риска и пути их преодоления.</p> <p>Перестройка организации при внедрении информационных систем. Оценка параметров проекта внедрения CRM. Оценка трудоемкости и стоимости внедрения. Модель полной стоимости владения информационной системой.</p>	1	3		12	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы реферата с данной темой.	Опрос. Проект. Контрольная работа.

	Сопоставление вариантов создания информационной системы. Аутсорсинг при внедрении. Особенности работы с облачными технологиями и SaaS-решениями. Примеры CRM-систем. Обзор основных возможностей систем. Архитектура построения. Примеры использования.					
6.	Тема 6. Аналитические BI-системы и их роль в маркетинге. BI-системы – назначение, устройство, принципы работы. BI-системы как системы поддержки принятия решений. Основные принципы работы и инструментарий BI-систем. Обзор наиболее известных BI-систем: SAP BI/BO, SAP Business Planning and Consolidation, Oracle Business Intelligence, IBM Cognos BI, QlikView, Microsoft Power BI, Tableau.	1	3		11,8	Работа с лекцией. Подготовка к ПЗ, выбор темы и работа над рефератом при совпадении выбранной темы. Опрос. Контрольная работа реферата с данной темой.
	ИТОГО:	8	18		71,8	