

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 2024.04.25 19:09
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ:



Председатель КСН
О.М. Барбаков
2019г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины:

CRM-системы

направление подготовки:

01.03.02 Прикладная математика и информатика

направленность:

Прикладное программирование и компьютерные технологии

форма обучения:

очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22.04.2019г. и требованиями ОПОП ВО по направлению подготовки 01.03.02 «Прикладная математика и информатика», направленность «Прикладное программирование и компьютерные технологии» к результатам освоения дисциплины «CRM-системы».

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры бизнес – информатики и математики

Протокол № 11 от «27» 05 2019 г.

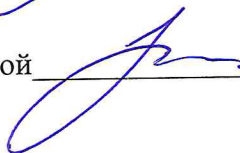
Заведующий кафедрой



О.М. Барбаков

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий выпускающей кафедрой



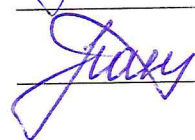
О.М. Барбаков

«27» 05 2019 г.

Рабочую программу разработал:

Зобнин Ю.А., к.с.н., доцент

Панченко Н.Б., старший преподаватель



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины:

1. формирование знаний, позволяющих создать целостное представление о концепции управления взаимоотношениями с клиентами (CRM),
2. изучение процессов разработки и внедрения концепции CRM на предприятии, приобретения навыков работы с CRM-системами.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов знаний современных методик по эффективному управлению клиентской базой характеристик современных CRM-систем;
- приобретение навыков внедрения в организации CRM-систем.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание:

- формирование целевых групп клиентов;
- управление маркетинговыми кампаниями в CRM-системах;
- маркетинговые технологии в CRM-системах;
- принципы сегментации клиентов;
- формирование целевых групп клиентов;
- учет, управление, анализ продаж в CRM-системах;
- CRM-поддержка регламента продаж;
- автоматизацию продаж и мобильные решения CRM;

умение:

- анализировать рынок CRM-решений;
- разрабатывать бизнес-процессы проведения маркетинговой компании с применением средств CRM-систем (модель «ТО-BE»);
- формировать потребительскую аудиторию и организацию продаж в среде Интернет с использованием CRM-решений;

владение:

- навыками внедрения в организации CRM – систем.

Содержание дисциплины является логическим продолжением следующих дисциплин: «Проектирование информационных систем», «Методы оптимизации» и

служит основой для прохождения преддипломной практики.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-2 Способен определять требования к ИС, возможности их реализации, проектировать и внедрять ИС	ПКС-2.3.1 Знать основные технологии создания и внедрения информационных систем, стандарты управления жизненным циклом информационной системы, современные стандарты информационного взаимодействия систем	3.1.1 Знает концепцию CRM, этапы ее развития и особенности
	ПКС-2.3.2 Знать основные платформы, технологии и инструментальные программно-аппаратные средства для реализации информационных систем	3.2.1 Знает основные подходы к управлению клиентской базой
	ПКС-2.3.3 Знать основные стандарты оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы	3.3.1 Знает сущность и основные принципы формирования потребительской аудитории и взаимодействия с потребителями в среде Интернет
	ПКС-2.У.1 Уметь оценивать качество, надежность и эффективность информационной системы	У.1.1 Умеет проводить обследование деятельности и ИТ-инфраструктуры предприятия с целью формирования клиентоориентированной стратегии
	ПКС-2.У.2 Уметь применять современные технологии для реализации информационных систем	У.2.1 Умеет организовывать продажи в среде Интернет
	ПКС-2.У.3 Уметь применять стандарты оформления технической документации на различных стадиях жизненного цикла информационной системы	У.3.1 Умеет - выбирать необходимые технические средства и информационные системы для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями
	ПКС-2.В.1 Иметь практический опыт разработки вариантов реализации информационных систем	В.1.1 Владеет навыками работы с системами класса CRM, их основными модулями
	ПКС-2.В.2 Владеть технологиями применения инструментальных программно-аппаратных средств реализации информационных систем	В.2.1 Владеет навыками анализа рынка CRM – систем и их рационального выбора
	ПКС-2.В.3 Владеть навыками составления технической документации на различных этапах жизненного цикла информационной системы	В.3.1 Владеет навыками практической деятельности с использованием современных информационных систем и ресурсов для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес - пользователями
ПКС-3 Способен анализировать, моделировать и адаптировать бизнес-процессы к возможностям ИС	ПКС-3.3.1 Знать основные этапы моделирования и анализа бизнес - процессов, современные стандарты, средства и технологии моделирования бизнес-процессов	3.1.1 Знает специфику внедрения концепции управления взаимоотношениями с клиентами в деятельность компании
	ПКС-3.У.1 Уметь планировать этапы моделирования бизнес-процессов,	У.1.1 Умеет использовать современные информационные

	использовать стандарты, средства и технологии моделирования бизнес - процессов	системы, технологии и ресурсы при разработке эффективных коммуникаций между ИТ - персоналом и бизнес-пользователями
	ПКС-3.У.2 Уметь применять современные программные среды разработки информационных систем и технологий для автоматизации бизнес-процессов	У.2.1 Умеет принимать обоснованные решения относительно вариантов управления той или иной клиентской группой в зависимости от ее характеристик
	ПКС-3.В.1 Владеть навыками анализа и моделирования бизнес-процессов, использования современных программных сред разработки информационных систем и технологий для автоматизации бизнес-процессов	В.1.1 Владеет методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия / контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
Очная	4/8	22	-	22	100	Экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины

– очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода	4	-	4	10	18	ПКС-2.3.1 ПКС-2.3.2 ПКС-2.3.3 ПКС-2.У.1 ПКС-2.У.2 ПКС-2.У.3 ПКС-2.В.1 ПКС-2.В.2 ПКС-2.В.3 ПКС-3.3.1 ПКС-3.У.1 ПКС-3.У.2 ПКС-3.В.1	Лабораторная работа № 1
2	2	Архитектура, состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами	4	-	4	12	20	ПКС-2.3.1 ПКС-2.3.2 ПКС-2.3.3 ПКС-2.У.1 ПКС-2.У.2 ПКС-2.У.3 ПКС-2.В.1 ПКС-2.В.2 ПКС-2.В.3 ПКС-3.3.1 ПКС-3.У.1	Лабораторная работа № 2

								ПКС-3.У.2 ПКС-3.В.1	
3	3	Процесс разработки стратегии CRM	4	-	4	10	18	ПКС-2.3.1 ПКС-2.3.2 ПКС-2.3.3 ПКС-2.У.1 ПКС-2.У.2 ПКС-2.У.3 ПКС-2.В.1 ПКС-2.В.2 ПКС-2.В.3 ПКС-3.3.1 ПКС-3.У.1 ПКС-3.У.2 ПКС-3.В.1	Лабораторная работа № 3
4	4	Реализация функций маркетинга в CRM	6	-	6	20	32	ПКС-2.3.1 ПКС-2.3.2 ПКС-2.3.3 ПКС-2.У.1 ПКС-2.У.2 ПКС-2.У.3 ПКС-2.В.1 ПКС-2.В.2 ПКС-2.В.3 ПКС-3.3.1 ПКС-3.У.1 ПКС-3.У.2 ПКС-3.В.1	Лабораторная работа № 4
5	5	Поддержка процессов продаж в CRM-системах	4	-	4	12	20	ПКС-2.3.1 ПКС-2.3.2 ПКС-2.3.3 ПКС-2.У.1 ПКС-2.У.2 ПКС-2.У.3 ПКС-2.В.1 ПКС-2.В.2 ПКС-2.В.3 ПКС-3.3.1 ПКС-3.У.1 ПКС-3.У.2 ПКС-3.В.1	Лабораторная работа № 5
9	Экзамен		-	-	-	36	36	ПКС-2.3.1 ПКС-2.3.2 ПКС-2.3.3 ПКС-2.У.1 ПКС-2.У.2 ПКС-2.У.3 ПКС-2.В.1 ПКС-2.В.2 ПКС-2.В.3 ПКС-3.3.1 ПКС-3.У.1 ПКС-3.У.2 ПКС-3.В.1	Тестирование
Итого:			22	-	22	100	144	X	X

- заочная форма обучения (ЗФО): не реализуется
- очно-заочная форма обучения (ОЗФО): не реализуется

5.2. Содержание дисциплины

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы)

Раздел 1. Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода

Стратегия управления клиентскими отношениями. "Индустриализация" продаж и маркетинга. Назначение стратегии CRM. Определение термина CRM. Сущность и принципы концепции CRM. Предпосылки возникновения данного подхода. Информационные системы управления взаимоотношения с клиентом (CRM). Назначение, взаимосвязь с применением концепции CRM. Взаимосвязь с КИС. Классификация и функции, типы CRM. Основные компоненты систем CRM. Источники эффективности CRM. История развития CRM.

Раздел 2. Архитектура, состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами

Архитектурные компоненты системы CRM. Интеграция с другими системами. Обзор рынка CRM-решений. Российский рынок CRM-систем. Основные критерии выбора CRM-системы (тип CRM-системы, возможность совместной работы CRM и учетной системы, соответствие особенностям отечественной практики ведения бизнеса, доступность услуг по внедрению и сопровождению в вашем регионе, совокупная стоимость владения, возможности интеграции с телекоммуникациями, веб-приложениями и другими программными продуктами, возможность организации удаленного рабочего места). Внедрение CRM - системы.

Раздел 3. Процесс разработки стратегии CRM

Управление взаимоотношениями с партнерами, каналы взаимодействия B2B(бизнес-бизнесу) и B2C(бизнес-клиенту). Особенности CRM-систем в различных сферах деятельности. Анализ неудач проектов по внедрению CRM-систем.

Раздел 4. Реализация функций маркетинга в CRM

Маркетинговые технологии в CRM-системах. Принципы сегментации клиентов. Критерии сегментации: социально-демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, географические характеристики. Управление маркетинговыми кампаниями в CRM-системах. Приемы совершенствования маркетинговых кампаний.

Раздел 5. Анализ данных с помощью Microsoft Power BI

Системы автоматизации продаж. Основные функциональные модули и стратегии их использования. Учет, управление, анализ продаж в CRM-системах. Управление информацией о контактах и контрагентах. Интеграция фронт-офисной деятельности. CRM - поддержка регламента продаж. Управление потенциальными сделками (функции расчета вероятности совершения сделки). CRM-поддержка и контроль функций менеджеров по продажам. Автоматизация продаж и мобильные решения CRM. Формирование потребительской аудитории и организация продаж в среде Интернет. CRM-поддержка функций сервиса.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	

	ны				
1	1	4	-	-	Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода
2	2	4	-	-	Архитектура, состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами
3	3	4	-	-	Процесс разработки стратегии CRM
4	4	6	-	-	Реализация функций маркетинга в CRM
5	5	4	-	-	Поддержка процессов продаж в CRM-системах
Итого:		22	-	-	X

Практические занятия

Практические занятия учебным планом не предусмотрены.

Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лабораторного занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	4	-	-	Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода
2	2	4	-	-	Архитектура, состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами
3	3	4	-	-	Процесс разработки стратегии CRM
4	4	6	-	-	Реализация функций маркетинга в CRM
5	5	4	-	-	Поддержка процессов продаж в CRM-системах
Итого:		22	-	-	X

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	1	10	-	-	Теоретические аспекты клиентоориентированного подхода	Изучение теоретического материала для выполнения индивидуальной лабораторной работы
2	2	12	-	-	Архитектура, состояние рынка и особенности проектов по внедрению систем управления взаимоотношениями с клиентами	Изучение теоретического материала для выполнения индивидуальной лабораторной работы
3	3	10	-	-	Процесс разработки стратегии CRM	Изучение теоретического материала для выполнения индивидуальной лабораторной работы
4	4	20	-	-	Реализация функций маркетинга в CRM	Изучение теоретического материала для выполнения индивидуальной лабораторной работы

						лабораторной работы
5	5	12	-	-	Поддержка процессов продаж в CRM-системах	Изучение теоретического материала для выполнения индивидуальной лабораторной работы
6	1 – 6	36	-	-		Подготовка к экзамену
Итого:		100	-	-	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- выполнение индивидуальной лабораторной работы (лабораторная работа).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 аттестация		
1	Лабораторная работа № 1	0 – 20
ИТОГО за первую текущую аттестацию		0 – 20
2 аттестация		
2	Лабораторная работа № 2	0 – 20
3	Лабораторная работа № 3	0 – 20
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		0 – 40
3 аттестация		
4	Лабораторная работа № 4	0 – 20
5	Лабораторная работа № 5	0 – 20
ИТОГО за третью текущую аттестацию		0 – 40
ВСЕГО		0 – 100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ <http://elib.tyuiu.ru/>
- Научно-техническая библиотека ФГАОУ ВО РГУ Нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина и ФГБОУ ВО «ТИУ» <http://elib.gubkin.ru/>
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ <http://bibl.rusoil.net>
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО «Ухтинский государственный технический университет» <http://lib.ugtu.net/books>
- База данных Консультант студента «Электронная библиотека технического вуза» <http://www.studentlibrary.ru>
- Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
- ООО «Издательство ЛАНЬ» <http://e.lanbook.com>
- ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» www.biblio-online.ru
- ООО «РУНЭБ» <http://elibrary.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.ru <https://www.book.ru>
- Национальная электронная библиотека

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office Professional Plus.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	-	Комплект мультимедийного оборудования: проектор, проекционный экран, акустическая система, документкамера, интерактивная доска. Локальная и корпоративная сеть.

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к лабораторным занятиям.

Важной формой самостоятельной работы студента является систематическая и планомерная подготовка к лабораторным занятиям. После лекции студент должен познакомиться с планом лабораторных занятий и списком обязательной и дополнительной литературы, которую необходимо прочитать, изучить и законспектировать. Разъяснение

по вопросам новой темы студенты получают у преподавателя в конце предыдущего лабораторного занятия.

Подготовка к лабораторному занятию требует, прежде всего, чтения рекомендуемых источников и монографических работ. Важным этапом в самостоятельной работе студента является повторение материала по конспекту лекции. Одна из главных составляющих внеаудиторной подготовки – работа с книгой. Она предполагает: внимательное прочтение, критическое осмысление содержания, обоснование собственной позиции по дискуссионным моментам, постановки интересующих вопросов, которые могут стать предметом обсуждения на практическом занятии.

В начале лабораторного занятия должен присутствовать организационный момент и вступительная часть. Преподаватель произносит краткую вступительную речь, где формулируются основные вопросы и проблемы, способы их решения в процессе работы.

В конце каждой темы подводятся итоги, выносятся вопросы для самоподготовки. Как средство контроля и учета знаний студентов в течение семестра проводятся индивидуальные лабораторные работы.

Лабораторные занятия являются одной из важнейших форм обучения студентов: они позволяют студентам закрепить, углубить и конкретизировать знания по курсу CRM – системы, подготовиться к научно-исследовательской деятельности. В процессе работы на лабораторных занятиях обучающийся должен совершенствовать умения и навыки самостоятельного анализа источников и научной литературы, что необходимо для научно-исследовательской работы.

Усвоенный материал необходимо научиться применять при выполнении лабораторного практикума.

Успешному осуществлению внеаудиторной самостоятельной работы способствуют тестирования. Они обеспечивают непосредственную связь между студентом и преподавателем (по ним преподаватель судит о трудностях, возникающих у студентов в ходе учебного процесса, о степени усвоения предмета, о помощи, какую надо указать, чтобы устранить пробелы в знаниях); они используются для осуществления контрольных функций.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является одной из важнейших форм изучения любой дисциплины. Она позволяет систематизировать и углубить теоретические знания, закрепить умения и навыки, способствует развитию умений пользоваться научной и учебно-методической литературой. Познавательная деятельность в процессе

самостоятельной работы требует от студента высокого уровня активности и самоорганизованности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов представляет собой логическое продолжение аудиторных занятий. Затраты времени на выполнение этой работы регламентируются рабочим учебным планом. Режим работы выбирает сам обучающийся в зависимости от своих способностей и конкретных условий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Самостоятельная работа включает в себя работу с конспектом лекций, изучение и конспектирование рекомендуемой литературы, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, научно-исследовательскую работу и др.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Работа на лекции – это сложный процесс, который включает в себя такие элементы как слушание, осмысление и, собственно, конспектирование. Для того, чтобы лекция выполнила свое назначение, важно подготовиться к ней и ее записи еще до прихода преподавателя в аудиторию, поскольку в первые минуты лекции объявляется тема лекции, формулируется ее основная цель. Без этого дальнейшее восприятие лекции становится сложным. Важно научиться слушать преподавателя во время лекции. Здесь не следует путать такие понятия как слышать и слушать. Слушание лекции состоит из нескольких этапов, начиная от слышания (первый шаг в процессе осмысленного слушания) и заканчивая оценкой сказанного.

Чтобы процесс слушания стал более эффективным, нужно разделять качество общения с лектором, научиться поддерживать непрерывное внимание к выступающему. Для оптимизации процесса слушания следует:

1. научиться выделять основные положения. Нельзя понять и запомнить все, что говорит выступающий, однако можно выделить основные моменты. Для этого

необходимо обращать внимание на вводные слова, словосочетания, фразы, которые используются, как правило, для перехода к новым положениям, выводам и обобщениям;

2. во время лекции осуществлять поэтапный анализ и обобщение, услышанного. Необходимо постоянно анализировать и обобщать положения, раскрываемые в речи говорящего. Стараясь представить материал обобщенно, мы готовим надежную базу для экономной, свернутой его записи. Делать это лучше всего по этапам, ориентируясь на момент логического завершения одного вопроса (подвопроса, тезиса и т.д.) и перехода к другому;

3. готовность слушать выступление лектора до конца.

Слушание является лишь одним из элементов хорошего усвоения лекционного материала.

Поток информации, который сообщается во время лекции необходимо фиксировать, записывать – научиться вести конспект лекции, где формулировались бы наиболее важные моменты, основные положения, излагаемые лектором. Для ведения конспекта лекции следует использовать тетрадь. Ведение конспекта на листочках не рекомендуется, поскольку они не так удобны в использовании и часто теряются. При оформлении конспекта лекции необходимо оставлять поля, где студент может записать свои собственные мысли, возникающие параллельно с мыслями, высказанными лектором, а также вопросы, которые могут возникнуть в процессе слушания, чтобы получить на них ответы при самостоятельной проработке материала лекции, при изучении рекомендованной литературы или непосредственно у преподавателя в конце лекции.

Составляя конспект лекции, следует оставлять значительный интервал между строчками. Это связано с тем, что иногда возникает необходимость вписать в первоначальный текст лекции одну или несколько строчек, имеющих принципиальное значение и почерпнутых из других источников. Расстояние между строками необходимо также для подчеркивания слов или целых групп слов (такое подчеркивание вызывается необходимостью привлечь внимание к данному месту в тексте при повторном чтении). Обычно подчеркивают определения, выводы.

Главным отличием конспекта лекции от текста является свертывание текста. При ведении конспекта удаляются отдельные слова или части текста, которые не выражают значимую информацию, а развернутые обороты речи заменяют более лаконичными или же синонимичными словосочетаниями. При конспектировании основную информацию следует записывать подробно, а дополнительные и вспомогательные сведения, примеры – очень кратко. Особенно важные моменты лекции, на которые следует обратить особое внимание лектор, как правило, читает в замедленном темпе, что позволяет сделать их

запись дословной. Также важно полностью без всяких изменений вносить в тетрадь схемы, таблицы, чертежи и т.п., если они предполагаются в лекции. Для того, чтобы совместить механическую запись с почти дословным фиксированием наиболее важных положений, можно использовать системы условных сокращений. В первую очередь сокращаются длинные слова и те, что повторяются в речи лектора чаще всего. При этом само сокращение должно быть по возможности кратким.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: CRM-системы

Код, направление подготовки: 01.03.02 Прикладная математика и информатика

Направленность: Программирование и компьютерные технологии

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения				
		1-2	3	4	5	6
1	3.1.1 Знает концепцию CRM, этапы ее развития и особенности	Слабо знает концепцию CRM, этапы ее развития и особенности	Недостаточно знает концепцию CRM, этапы ее развития и особенности	Частично знает концепцию CRM, этапы ее развития и особенности	В полном объеме знает основные методы обработки информации	
	3.2.1 Знает основные подходы к управлению клиентской базой	Слабо знает основные подходы к управлению клиентской базой	Недостаточно знает основные подходы к управлению клиентской базой	Частично знает основные подходы к управлению клиентской базой	В полном объеме знает современные информационные технологии для сбора, хранения и обработки информации	
	3.3.1 Знает сущность и основные принципы формирования потребительской аудитории и взаимодействия с потребителями в среде Интернет	Слабо знает сущность и основные принципы формирования потребительской аудитории и взаимодействия с потребителями в среде Интернет	Недостаточно знает сущность и основные принципы формирования потребительской аудитории и взаимодействия с потребителями в среде Интернет	Частично знает сущность и основные принципы формирования потребительской аудитории и взаимодействия с потребителями в среде Интернет	В полном объеме знает основные стандарты оформления технической документации на различных стадиях жизненного	
	У.1.1 Умеет проводить обследование и ИТ-деятельности инфраструктуры предприятия с целью формирования клиентоориентированной стратегии	Слабо умеет проводить обследование деятельности ИТ-инфраструктуры предприятия с целью формирования клиентоориентированной стратегии	Недостаточно умеет проводить обследование деятельности ИТ-инфраструктуры предприятия с целью формирования клиентоориентированной стратегии	Частично умеет проводить обследование деятельности ИТ-инфраструктуры предприятия с целью формирования клиентоориентированной стратегии	В полном объеме умеет оценивать надежность и эффективность ИС	
	У.2.1 Умеет организовывать продажи в среде Интернет	Слабо умеет организовывать продажи в среде Интернет	Недостаточно умеет организовывать продажи в среде Интернет	Частично умеет организовывать продажи в среде Интернет	В полном объеме умеет использовать современные информационные технологии для сбора,	
ПКС-2						

				хранения и обработки информации
				В полном объеме умеет применять стандарты оформления технической документации
У.3.1 Умеет - выбирать необходимые технические средства и информационные системы для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями	Слабо умеет выбирать необходимые технические средства и информационные системы для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями	Недостаточно выбирать необходимые технические средства и информационные системы для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями	Частично умеет выбирать необходимые технические средства и информационные системы для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями	В полном объеме владеет современными информационными технологиями хранения и обработки данных
	Слабо владеет навыками работы с системами класса CRM, их основными модулями	Недостаточно владеет навыками работы с системами класса CRM, их основными модулями	Частично владеет навыками работы с системами класса CRM, их основными модулями	В полном объеме владеет современными информационными технологиями хранения и обработки данных
	Слабо владеет навыками анализа рынка CRM – систем и их рационального выбора	Недостаточно владеет навыками анализа рынка CRM – систем и их рационального выбора	Частично владеет навыками анализа рынка CRM – систем и их рационального выбора	В полном объеме владеет технологиями применения инструментальных программно-аппаратных средств реализации информационных систем
	Слабо владеет навыками практической деятельности с использованием современных информационных систем и ресурсов для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями	Недостаточно владеет практической деятельностью с использованием современных информационных систем и ресурсов для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями	Частично владеет навыками практической деятельности с использованием современных информационных систем и ресурсов для эффективных коммуникаций между ИТ-персоналом и бизнес-пользователями	В полном объеме владеет методами аналитической обработки информации
	Слабо знает специфику внедрения концепции управления взаимоотношениями с клиентами в деятельность компании	Недостаточно знает специфику внедрения концепции управления взаимоотношениями с клиентами в деятельность компании	Частично знает специфику внедрения концепции управления взаимоотношениями с клиентами в деятельность компании	В полном объеме знает основные этапы моделирования и анализа бизнес - процессов
У.1.1 Умеет использовать современные информационные системы, технологии и	Слабо умеет использовать современные информационные системы, технологии и ресурсы при	Недостаточно использовать современные информационные системы, технологии и ресурсы при	Частично умеет использовать современные информационные системы, технологии и ресурсы при	В полном объеме умеет использовать основы администрирования хранилищ данных
	Слабо знает специфику внедрения концепции управления взаимоотношениями с клиентами в деятельность компании	Недостаточно знает специфику внедрения концепции управления взаимоотношениями с клиентами в деятельность компании	Частично знает специфику внедрения концепции управления взаимоотношениями с клиентами в деятельность компании	В полном объеме знает основные этапы моделирования и анализа бизнес - процессов

ПКС – 3

	ресурсы при разработке эффективных коммуникаций между ИТ - персоналом и бизнес-пользователями	разработке эффективных коммуникаций между ИТ - персоналом и бизнес-пользователями	разработке эффективных коммуникаций между ИТ - персоналом и бизнес-пользователями	разработке эффективных коммуникаций между ИТ - персоналом и бизнес-пользователями
	У.2.1 Умеет принимать обоснованные решения относительно вариантов управления той или иной клиентской группой в зависимости от ее характеристик	Слабо умеет принимать обоснованные решения относительно вариантов управления той или иной клиентской группой в зависимости от ее характеристик	Недостаточно принимать обоснованные решения относительно вариантов управления той или иной клиентской группой в зависимости от ее характеристик	Частично умеет принимать обоснованные решения относительно вариантов управления той или иной клиентской группой в зависимости от ее характеристик
	В.1.1 Владеет методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями	Слабо владеет методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями	Недостаточно владеет методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями	Частично владеет методами формирования потребительской аудитории и осуществления взаимодействия с потребителями
				В полном объеме владеет навыками выбора систем хранения соответствующих задач информации

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: **CRM-системы**

Код, направление подготовки: **01.03.02 Прикладная математика и информатика**

Направленность: **Прикладное программирование и компьютерные технологии**

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Ойнер, Ольга Константиновна. Управление результативностью маркетинга : учебник для магистров : для студентов экономических направлений и специальностей вузов / О. К. Ойнер ; Высшая школа экономики, Национальный исследовательский институт. - Москва : Юрайт, 2018. - 343 с. http://www.biblio-online.ru/	ЭР*	30	100	+
2	Карпова, Светлана Васильевна. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата : Учебник и практикум / С. В. Карпова. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 367 с. http://www.biblio-online.ru/	ЭР*	30	100	+
3	Плахотникова, Мария Александровна. Информационные технологии в менеджменте : Учебник и практикум / М. А. Плахотникова. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 462 с. http://www.biblio-online.ru/	ЭР*	30	100	+
4	Каложнова, Надежда Яковлевна. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов : Учебное пособие / Н. Я. Каложнова. - 2-е изд., испр. и доп. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 170 с. http://www.biblio-online.ru/	ЭР*	30	100	+

Заведующий кафедрой БИМ

«27» 05 2019 г.

О.М. Барбаков

Директор БИК

«27» 08 2019 г.

М.П. _____

Д.Х. Каюкова

