

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Бойко Валерий Леонидович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.09.2025 18:30:58
Уникальный программный ключ:
1ae60504b2c916e8fb686192f29d3bf1653db777



**Высшая Школа
Управления**

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего
образования «Высшая школа управления» (ЦКО)
(НОЧУ ВО «Высшая школа управления» (ЦКО))

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.12 Управление клиентскими отношениями – CRM-системы

Направление подготовки

38.03.05

«Бизнес-информатика»

Направленность (профиль) подготовки

Информационные системы в бизнесе

Квалификация выпускника

«Бакалавр»

Форма обучения

очно-заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры
цифровой экономики и управления и
государственного администрирования
«20» марта 2025 г. протокол №8

Заведующий кафедрой д.э.н., доцент
Н.Р. Куркина

г. Москва, 2025

Рабочая программа дисциплины «Управление клиентскими отношениями – CRM-системы» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 838 от 20 июля 2020 года (зарегистрирован в Минюсте России 19 августа 2020 г. № 59325).

Организация-разработчик: НОЧУ ВО «Высшая школа управления» (ЦКО)

Разработчики: д.э.н., доцент Н.Р. Куркина, к.пед.н. Сытник С.А., к.э.н. Сальников Е.А.

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Планируемые результаты обучения	5
4. Структура и содержание дисциплины (модуля)	7
4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы	7
4.2 Тематический план дисциплины	8
4.3 Содержание дисциплины	9
4.4. Практическая подготовка	10
5. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины	10
5.1 Основная литература	10
5.2 Дополнительная литература	11
5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы	11
5.4 Материально-техническое и программное обеспечение (лицензионное и свободно распространяемое)	11
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	12
6.1 Занятия лекционного и семинарского (практического) типов	12
6.2. Самостоятельная работа студентов	13
7. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	14
Приложение 1. Фонд оценочных средств	17
1. Паспорт фонда оценочных средств	18
2. Оценочные средства	19
2.1 Текущий контроль	19
2.2 Промежуточная аттестация	22

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является изучение теоретических и практических аспектов управления взаимоотношениями с клиентами; развитие знаний и навыков, необходимых для разработки эффективных программ CRM

Задачи дисциплины:

- изучение студентами сущности управления взаимоотношениями с клиентами;
- освоение методов и форм организации управления взаимоотношениями с клиентами, исследование методик управления взаимоотношениями с клиентами;
- формирование навыков, необходимых для разработки эффективных CRM - систем

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление клиентскими отношениями – CRM-системы» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана, согласно ФГОС ВО для направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика.

3. Планируемые результаты обучения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Планируемые результаты обучения
ОПК-5 Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	ИОПК-5.1 Знать: принципы взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий. ИОПК-5.2 Уметь: осуществлять взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ИОПК-5.3 Владеть: навыками взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	Знать • Принципы и технологии взаимодействия с клиентами и партнёрами в процессе управления жизненным циклом информационных систем и ИКТ. • Методики анализа, моделирования и формирования стратегий, целей и бизнес-процессов предприятий различных форм собственности и отраслей. • Основы построения информационно-технологической инфраструктуры и особенности ее применения в управлении клиентскими отношениями.

ПК-2 Способен осуществлять автоматизацию основных и вспомогательных процессов управления предприятием	ИПК-2.1 Знать методику проведения анализа, моделирования и формирования интегрального представления стратегий и целей, бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятий различной отраслевой принадлежности и различных форм собственности, а также учреждений государственного и муниципального управления. ИПК-2.2 Уметь проводить анализ, моделирование и формирование интегрального представления стратегий и целей, бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятий различной отраслевой принадлежности и различных форм собственности, а также учреждений государственного и муниципального управления. ИПК-2.3 Владеть навыками формирования информационной базы в процессе сбора и обработки данных для проведения расчета экономических показателей организации	Уметь • Организовывать взаимодействие с клиентами и партнёрами для решения задач в рамках жизненного цикла информационных систем. • Проводить анализ, моделирование и разработку комплексного представления стратегий, целей и бизнес-процессов для повышения эффективности управления взаимоотношениями с клиентами. • Формировать и обрабатывать информационную базу данных для оценки и оптимизации показателей работы предприятия. Владеть • Навыками использования современных CRM-систем для управления клиентскими отношениями. • Приемами взаимодействия с клиентами и партнерами с целью оптимизации процессов и повышения лояльности. • Технологии сбора, анализа и применения данных для расчёта и оценки экономических показателей в рамках управления бизнес-процессами.
---	--	---

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Объем в часах
Общая трудоемкость дисциплины	144 (4 зачетных единицы)
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	36
Аудиторная работа (всего), в том числе:	36
Лекции	12
Семинары, практические занятия	24
Лабораторные работы	
Внеаудиторная работа (всего):	108
в том числе: консультация по дисциплине	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	108
Вид промежуточной аттестации обучающегося	Экзамен

4.2 Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)							Компетенции
		Всего	Из них аудиторные занятия			Самостоятельна я работа	Курсовая работа	Контрольна я работа	
			Лекции	Лабораторные работы	Практические/ семинарские занятия				
Тема 1. Аспекты клиенто-ориентированного подхода	7	16	2		4	10			ОПК-5, ПК-2
Тема 2. Основные компоненты систем CRM	7	16	2		4	10			ОПК-5, ПК-2
Тема 3. Классификация CRM-систем	7	16	2		4	10			ОПК-5, ПК-2
Тема 4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	7	16	2		2	12			ОПК-5, ПК-2
Тема 5. BI-системы	7	16	2		2	12			ОПК-5, ПК-2
Тема 6. 1С:CRM	7	16	2		2	12			ОПК-5, ПК-2
Тема 7. Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С	7	16			2	14			ОПК-5, ПК-2

Тема 8. Документы сервисного и гарантийного учета. Управление обращениями клиентов	7	16			2	14			ОПК-5, ПК-2
Тема 9. Телемаркетинг	7	16			2	14			ОПК-5, ПК-2
Итого		144	12		24	108			

4.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Аспекты клиенто-ориентированного подхода

Определение термина CRM: сущность и принципы концепции CRM. Предпосылки возникновения данного подхода. Типы CRM. Проблематика построения отношений с клиентом. Основные цели и задачи компании. Многообразие трактовок, соотношение стратегических и операционных компонент. Развитие идей ориентации на клиента: от CRM к CMR и Customer Respect Management. Применение CRM в различных сферах экономики (на примере телекома, банков, розницы). Эволюция концепции CRM. Ключевые процессы в рамках CRM.

Тема 2. Основные компоненты систем CRM

Основные компоненты систем CRM. Пять главных кросс-функциональных процессов CRM.

Тема 3. Классификация CRM-систем

Классификация CRM-систем по логике построения, назначению и функциональности. Аутсорсинг CRM-систем. Использование облачных технологий. Технология работы CRM-системы, основные инструменты. Особенности архитектуры построения CRM-систем. Варианты реализации, принципы работы, синхронизация, разделение доступа.

Тема 4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

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 5. BI-системы

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.

Тема 6. 1С:CRM

Управление клиентской базой. Управление рабочим временем (тайм-менеджмент). Аналитическая отчетность. Дополнительные возможности 1С:CRM.

Тема 7. Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С

Основы конфигурирования на платформе 1С. Основные объекты. Создание подсистем и справочников. Анкетирование. Сбор информации о клиентах, товарах, конкурентах, регионах, анализ анкет. Работа с формой. Регистры. Проведение документов.

Тема 8. Документы сервисного и гарантийного учета. Управление обращениями клиентов

Сервисное и гарантийное обслуживание. Учет товаров, находящихся на обслуживании: по серийным номерам, срокам и типам обслуживания, управление сервисными обращениями клиентов, управление сервисными заказами.

Тема 9. Телемаркетинг

Телемаркетинг. Обеспечение массового обзвона клиентов по заданному сценарию разговора, регистрация контактов и анкет.

4.4. Практическая подготовка

Практическая подготовка реализуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Объем занятий в форме практической подготовки составляет 24 часов.

5. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Касаткина, А. А. CRM-системы: принципы работы и настройка / А. А. Касаткина. — СПб.: Питер, 2021. — 288 с.
2. Ким, Б. Клиентоориентированный бизнес: как удержать клиента / Б. Ким. — М.: Альпина Паблишер, 2022. — 352 с.
3. Певзнер, И. Б. CRM-системы: управление взаимоотношениями с клиентами / И. Б. Певзнер. — М.: Инфра-М, 2021. — 304 с.

4. Семичев, И. В. 1С:CRM: настройка и внедрение / И. В. Семичев. — М.: Бином, 2022. — 320 с.
5. Черненко, С. В. Управление взаимоотношениями с клиентами: CRM-технологии в бизнесе / С. В. Черненко. — М.: Юрайт, 2020. — 256 с.

5.2 Дополнительная литература

1. Гудвин, Р. Управление продажами с помощью CRM / Р. Гудвин. — М.: Вильямс, 2021. — 416 с.
2. Дэвис, Р. Современные CRM-системы: от теории к практике / Р. Дэвис. — М.: Альпина Диджитал, 2022. — 272 с.
3. Каменев, В. С. Телемаркетинг: методики работы с клиентами / В. С. Каменев. — М.: Академкнига, 2021. — 224 с.
4. Тарасов, А. Н. BI-системы: аналитика и управление данными / А. Н. Тарасов. — СПб.: Питер, 2021. — 368 с.
5. Шаповалов, А. А. Управление взаимоотношениями с клиентами / А. А. Шаповалов. — М.: Экономика, 2020. — 296 с.

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <https://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ресурсы открытого доступа)
2. <https://www.rsl.ru> - Российская Государственная Библиотека (ресурсы открытого доступа)
3. <https://link.springer.com> - Международная реферативная база данных научных изданий Springerlink (ресурсы открытого доступа)
4. <https://zbmath.org> - Международная реферативная база данных научных изданий zbMATH (ресурсы открытого доступа)

5.4 Материально-техническое и программное обеспечение (лицензионное и свободно распространяемое)

Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.
Б1.В.12 Управление клиентскими	Кабинет менеджмента	Учебные места, оборудованные блочной мебелью,	Microsoft Windows XP Professional Microsoft Office

отношениями – CRM-системы		компьютерами с выходом в сеть интернет, рабочее место преподавателя в составе стол, стул, тумба, компьютер преподавателя с выходом в сеть интернет, экран, мультимедийный проектор, телевизор, тематические стенды, презентационный материал	2010 Kaspersky Endpoint для бизнеса КонсультантПлюс AdobeReader Cisco WebEx Информационно-коммуникационная платформа «Сферум»
	Аудитория для самостоятельной работы	Учебные места, оборудованные блочной мебелью, компьютерами с выходом в сеть интернет, многофункциональное устройство	

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6.1 Занятия лекционного и семинарского (практического) типов

Методические указания для занятий лекционного типа. В ходе лекционных занятий обучающемуся необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Необходимо задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Целесообразно дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из основной и дополнительной литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой дисциплины.

Методические указания для занятий семинарского (практического) типа. Практические занятия позволяют развивать у обучающегося творческое теоретическое мышление, умение самостоятельно изучать литературу, анализировать практику; учат четко формулировать мысль, вести дискуссию, то есть имеют исключительно важное значение в развитии самостоятельного мышления.

Подготовка к практическому занятию включает два этапа. На первом этапе обучающийся планирует свою самостоятельную работу, которая включает: уяснение задания на самостоятельную работу; подбор основной и дополнительной литературы; составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку к занятию, которая начинается с изучения основной и дополнительной литературы. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. Далее следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие или по теме, вынесенной на дискуссию (круглый стол), продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой темы с реальной жизнью. Готовясь к докладу или выступлению в рамках интерактивной формы (дискуссия, круглый стол), при необходимости следует обратиться за помощью к преподавателю.

6.2. Самостоятельная работа студентов

Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом по дисциплине в объеме 108 часов. Самостоятельная работа реализуется в рамках программы освоения дисциплины в следующих формах:

- работа с конспектом занятия (обработка текста);
- проработка тематики самостоятельной работы;
- написание контрольной работы;
- поиск информации в сети «Интернет» и литературе;
- выполнение индивидуальных заданий;
- подготовка к сдаче экзамена.

Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубления и расширения теоретических знаний студентов;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации;

- развитию исследовательских умений студентов.

Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов: библиотека с читальным залом, компьютерные классы с возможностью работы в Интернет, аудитории для самостоятельной работы.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки.

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

Контроль самостоятельной работы студентов предусматривает:

- соотнесение содержания контроля с целями обучения;
- объективность контроля;
- валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить);
- дифференциацию контрольно-измерительных материалов.

Формы контроля самостоятельной работы:

- просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем;
- организация самопроверки, взаимопроверки выполненного задания в группе;
- обсуждение результатов выполненной работы на занятии;
- проведение письменного опроса;
- проведение устного опроса; организация и проведение индивидуального собеседования;
- организация и проведение собеседования с группой.

7. Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Обучение по дисциплине обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Содержание образования и условия организации обучения, обучающихся с ОВЗ определяются адаптированной образовательной программой, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Освоение дисциплины обучающимися с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий как оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).
- при необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

**Фонд оценочных средств
для текущего контроля и промежуточной аттестации
при изучении дисциплины
Б1.В.12 Управление клиентскими отношениями – CRM-системы**

1. Паспорт фонда оценочных средств

Код и наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Наименование оценочного средства
ОПК-5 Способен организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	ИОПК-5.1 Знать: принципы взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий. ИОПК-5.2 Уметь: осуществлять взаимодействие с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий ИОПК-5.3 Владеть: навыками взаимодействия с клиентами и партнерами в процессе решения задач управления жизненным циклом информационных систем и информационно-коммуникационных технологий	Текущий контроль: тестовое задание Промежуточная аттестация: экзамен
ПК-2 Способен осуществлять автоматизацию основных и вспомогательных процессов управления предприятием	ИПК-2.1 Знать методику проведения анализа, моделирования и формирования интегрального представления стратегий и целей, бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятий различной отраслевой принадлежности и различных форм собственности, а также учреждений государственного и муниципального управления. ИПК-2.2 Уметь проводить анализ, моделирование и формирование интегрального представления стратегий и целей, бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятий различной отраслевой принадлежности и различных форм собственности, а также учреждений государственного и муниципального управления. ИПК-2.3 Владеть навыками формирования информационной базы в процессе сбора и обработки данных для проведения расчета экономических показателей организации	

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ООП прямо связаны с местом дисциплин в образовательной программе. Каждый этап формирования компетенций, характеризуется определенными знаниями, умениями и навыками и (или) опытом профессиональной деятельности, которые оцениваются в процессе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине (практике) и в процессе итоговой аттестации. Дисциплина «Управление клиентскими отношениями – CRM-системы» является промежуточным этапом формирования компетенций ОПК-5, ПК-2 в процессе освоения ООП.

Для оценки уровня сформированности компетенций в процессе изучения дисциплины предусмотрено проведение текущего контроля успеваемости по темам (разделам) дисциплины и промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

2. Оценочные средства

2.1 Текущий контроль

Типовое тестовое задание

Вопрос №1 .

Что такое ERP-система?

Варианты ответов:

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

Вопрос №2 .

Отметьте верные утверждения.

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. стратегия CRM не предполагает обязательного использования информационных технологий
2. CRM-система позволяет повысить точность прогнозирования продаж
3. стратегия CRM применяется и для управления взаимоотношениями с сотрудниками

Вопрос №3 .

Что является отличительной особенностью управления работы с партнерами при использовании Интернет-технологий?

Варианты ответов:

1. интерактивное общение
2. экономия по сравнению с другими средствами связи
3. предоставление доступа к информации только партнерам

Вопрос №4 .

От чего зависит построение бизнес-процессов стратегии CRM?

Варианты ответов:

1. регламентность работы
2. применяемая автоматизированная система
3. стратегия предприятия

Вопрос №5 .

Компанией разработан промышленный станок. В каком случае цена привлечения клиентов будет наименьшей?

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. реклама в прессе
2. рекламные рассылки потенциальным клиентам
3. реклама на телевидении

Вопрос №6 .

Отметьте правильные высказывания:

Варианты ответов:

1. цена привлечения нового клиента значительно больше цены удержания существующего клиента
2. в российских компаниях информация о клиентах в основном ведется в финансовой системе
3. основной причиной ухода клиентов к конкуренту является более низкая цена

Вопрос №7 .

Компания в условиях экономического подъема должна:

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. максимизировать отдачу от каждого клиента
2. привлекать новых клиентов
3. расширять использование недооцененных функций информационной системы
4. расширять функциональность информационной системы
5. улучшать бизнес-процессы
6. избавляться от непродуктивного бизнеса
7. развивать неприбыльных клиентов
8. мотивировать существующих клиентов на новые заказы

Вопрос №8 .

Компания в условиях экономического спада должна:

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. максимизировать отдачу от каждого клиента
2. привлекать новых клиентов
3. расширять использование недооцененных функций информационной системы
4. расширять функциональность информационной системы
5. улучшать бизнес-процессы
6. избавляться от непродуктивного бизнеса
7. избавляться от неприбыльных клиентов

8. мотивировать существующих клиентов на новые заказы

Вопрос №9 .

Эффективное внедрение стратегии CRM возможно:

Варианты ответов:

1. только в компании с определенным объемом бизнеса
2. в любой компании
3. только в компании с большим объемом бизнеса

Вопрос №10 .

Информационные технологии

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. являются основой стратегии CRM
2. необходимы для внедрения стратегии CRM
3. являются средством производства CRM-системы

Вопрос №11 .

Что является персонализацией клиента?

Варианты ответов:

1. изменение интерфейса Web-сайта магазина под ваши интересы
2. отправка сообщения перед днем рождения клиента о предоставлении ему скидки в этот день
3. почтовая рассылка о выпуске новой продукции

Вопрос №12 .

Какие критерии используются для определения оценки качества доступа клиентов контакт-центра?

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. среднее время разговора оператора с клиентом
2. среднее время обработки контакта после окончания разговор
3. процент прерванных звонков
4. средняя скорость ответа на звонок
5. среднее время ответа по электронной почте
6. все выше перечисленное

Вопрос №13 .

В компании внедрено 2 CRM-системы — автоматизация продаж и маркетинг. Доступ к какой информации о клиенте должен иметь менеджер по продажам для более эффективного обслуживания?

Варианты ответов:

1. к интегрированной информации, накопленной во всех существующих системах предприятия
2. к информации, накопленной в системе сервисного обслуживания
3. к интегрированной информации, накопленной в этих CRM-системах

Вопрос №14 .

Какой критерий выбора CRM-системы используется компаниями наиболее часто?

Варианты ответов:

1. цена решения
2. функциональность
3. общая стоимость владения

Вопрос №15 .

Какие определения целей являются неправильными?

Тип ответа: Многие из многих

Варианты ответов:

1. улучшение взаимодействия между департаментами
2. повышение прозрачности и управляемости бизнеса
3. внедрение единой базы данных клиентов

Шкала оценивания тестового задания

% верных решений (ответов)	Шкала оценивания
85-100%	«отлично»
70-84%	«хорошо»
51-69%	«удовлетворительно»
50% и менее	«неудовлетворительно»

2.2 Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

Тема 1. Аспекты клиенто - ориентированного подхода

1. Определение термина CRM: сущность и принципы концепции CRM. Предпосылки возникновения данного подхода. Типы CRM.
2. Проблематика построения отношений с клиентом. Основные цели и задачи компании.
3. Многообразие трактовок, соотношение стратегических и операционных компонент. Развитие идей ориентации на клиента: от CRM к CMR и Customer Respect Management.
4. Применение CRM в различных сферах экономики (на примере телекома, банков, розницы). Эволюция концепции CRM. Ключевые процессы в рамках CRM.

Тема 2. Основные компоненты систем CRM

5. Основные компоненты систем CRM.
6. Пять главных кросс-функциональных процессов CRM.

Тема 3. Классификация CRM-систем

7. Классификация CRM-систем по логике построения, назначению и функциональности.
8. Аутсорсинг CRM-систем.
9. Использование облачных технологий.
10. Технология работы CRM-системы, основные инструменты.
11. Особенности архитектуры построения CRM-систем.
12. Варианты реализации, принципы работы, синхронизация, разделение доступа.

Тема 4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

13. Методология и трудности внедрения CRM-систем.
14. Критерии выбора CRM-систем.
15. Обзор зарубежного и отечественного рынка CRM-систем.
16. Сравнение разных систем и обзор их возможностей.
17. Порядок внедрения CRM-систем.
18. План действий при внедрении CRM-системы со стороны компании-заказчика и внедряющей компании. Возможные проблемы внедрения. Главные факторы риска и пути их преодоления.
19. Перестройка организации при внедрении информационных систем.
20. Оценка параметров проекта внедрения CRM.
21. Оценка трудоемкости и стоимости внедрения.
22. Модель полной стоимости владения информационной системой.
23. Сопоставление вариантов создания информационной системы.
24. Аутсорсинг при внедрении.
25. Особенности работы с облачными технологиями и SaaS-решениями.
26. Примеры CRM-систем.
27. Обзор основных возможностей систем. Архитектура построения. Примеры использования.

Тема 5. BI-системы

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

Тема 6. IC:CRM

32. Управление клиентской базой.
33. Управление рабочим временем (тайм-менеджмент).
34. Аналитическая отчетность.
35. Дополнительные возможности IC:CRM.

Тема 7. Создание конфигурации CRM-системы на платформе IC

36. Основы конфигурирования на платформе IC. Основные объекты.
37. Создание подсистем и справочников.
38. Анкетирование. Сбор информации о клиентах, товарах, конкурентах, регионах, анализ анкет.
39. Работа с формой.
40. Регистры. Проведение документов.

Тема 8. Документы сервисного и гарантийного учета. Управление обращениями клиентов

41. Сервисное и гарантийное обслуживание.
42. Учет товаров, находящихся на обслуживании: по серийным номерам, срокам и типам обслуживания, управление сервисными обращениями клиентов, управление сервисными заказами.

Тема 9. Телемаркетинг

43. Телемаркетинг.

44. Обеспечение массового обзвона клиентов по заданному сценарию разговора, регистрация контактов и анкет.

Шкала и критерии оценивания экзамена

Шкала оценивания	Критерии оценивания
<i>«отлично»</i>	оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
<i>«хорошо»</i>	оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
<i>«удовлетворительно»</i>	оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
<i>«неудовлетворительно»</i>	оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.