

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Информационные системы управления взаимоотношениями с
клиентами в транспортной отрасли**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 564169
Подписал: заведующий кафедрой Каргина Лариса Андреевна
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины (модуля) являются:

- изучение студентов с новыми условиями современной бизнес среды, основанной на сетях;
- развитие навыков информационно-аналитической профессиональной деятельности в условиях интенсивного внедрения информационно-коммуникационных технологий во все сферы бизнеса.

Задачами дисциплины являются:

- изучение характерных особенностей современного бизнес-пространства, основанного на сетях, и возможностей единой информационной бизнес-среды;
- исследование взаимосвязи степени внедрения и использования передовых информационно-коммуникационных технологий в деятельности фирмы с ее поведением на рынке.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-4 - Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач;

ПК-3 - Способен использовать цифровые системы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации digital-стратегии компании.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

- Основные принципы взаимодействия с клиентами в современных условиях сетевой бизнес-среды.
- Механизмы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и их важность для бизнеса.

Уметь:

- Собирать, обрабатывать и анализировать данные, необходимые для решения управленческих задач с использованием современных интернет-технологий.
- Применять информационно-аналитические системы для профессиональной деятельности.

- Разрабатывать и реализовывать digital-стратегии компании, используя цифровые системы маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

- Навыками применения интернет-технологий в современном транспортном бизнесе.

- Техниками использования современных информационных технологий для решения профессиональных задач транспортной отрасли.

- Способами разработки и реализации цифровых стратегий, используя современные маркетинговые коммуникации.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 44 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Роль клиентоориентированности в транспортной отрасли Рассматриваемые вопросы: -специфика B2B и B2C клиентов на транспорте; -ценность удержания и привлечения клиентов. KPI: индекс потребительской лояльности (NPS), индекс удовлетворенности (CSI), совокупная прибыль или доход, который компания получает от одного клиента за всё время взаимодействия с ним (LTV), отток -конкурентные преимущества транспортных компаний
2	Классификация и архитектура CRM-систем Рассматриваемые вопросы: -локальная/облачная; -операционные, аналитические, коллаборационные CRM; -типовые модули: контрагенты, сделки, заявки, коммуникации.
3	Клиентский путь в транспортном бизнесе Рассматриваемые вопросы: -этапы: запрос ставки > бронирование > отслеживание груза > доставка > пост-сервис; -точки взаимодействия (чат, телефон, личный кабинет).
4	Интеграция CRM с отраслевыми системами Рассматриваемые вопросы: - связь с TMS (транспортная логистика), WMS (склад), ERP, телефонией, трекингом (GPS/GLONASS); -API-шлюзы, EDI-документооборот
5	Управление продажами и воронкой в транспортной CRM Рассматриваемые вопросы: -типы сделок: разовые, тендеры, контракты на перевозку; - этапы воронки для перевозчика и 3PL-оператора.; -автоматизация коммерческих предложений.
6	Сервисное обслуживание и управление запросами клиентов Рассматриваемые вопросы: -Ticket-система, SLA по ответам на заявки, автоматическое информирование (статусы груза, задержки); -база знаний для типовых вопросов.
7	Аналитика и сегментация в транспортной CRM Рассматриваемые вопросы: -RFM-анализ грузоотправителей; -рентабельность клиента по маршрутам; -дашборды: отгрузки, задолженности, загрузка парка.
8	Выбор и внедрение CRM в транспортной компании Рассматриваемые вопросы: -типовые ошибки; -этапы проекта; -оценка TCO; -обзор решений: Bitrix24, amoCRM, RetailCRM, Odoo, «ТрансКлиент», LogiCRM, Salesforce для логистики.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Моделирование профиля клиента транспортной компании В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по созданию карточек контрагента: юр.идические данные, реквизиты, типы грузов, маршруты, история перевозок, скидки.
2	Построение воронки продаж для перевозчика В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по определению: этапов от «Запроса ставки» до «Выставления счета»; заполнению сделок, оценка конверсии.
3	Настройка автоматических уведомлений клиентов В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по сценариям: подтверждение заявки, изменение статуса доставки, прибытие на склад, дебиторская задолженность.
4	Интеграция CRM с трекингом (имитация) В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по получению внешних данных GPS, привязка к заказу, отображение на карте, автоматическое обновление ETA для клиента.
5	Обработка претензий и заявок в сервисном модуле В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по: созданию тикетов, назначение ответственных, контроль сроков (SLA), формированию ответа клиенту.
6	Сегментация клиентов по доходности и маршрутам В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по: -RFM-отчет по отправлениям; -группировке: VIP, отточные, новые; - рекомендации по тарифам для каждой группы.
7	Дашборд эффективности клиентского сервиса В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по: -построению метрик: время первой реакции, % закрытых тикетов, индекс удовлетворенности (CSI) после доставки.
8	Разработка ТЗ на внедрение CRM для транспортной компании В результате выполнения практического задания студент получает навыки работы с CRM системой по: -анализу требований (на примере автопарка или ж/д оператора); -сравнение двух систем; - плану миграции данных.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям.
2	Работа с литературой.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
3	Работа с лекционным материалом.
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Сергеев, Л. И. Цифровая экономика : учебник для вузов / Л. И. Сергеев, Д. Л. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15797-0.	https://urait.ru/bcode/588254 (дата обращения: 02.06.2026). — Текст : электронный
2	Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8.	https://urait.ru/bcode/560846 (дата обращения: 02.06.2026) . – Текст:электронный.
3	Одинцов, Б. Е. Когнитивные системы управления эффективностью бизнеса : учебник и практикум для вузов / Б. Е. Одинцов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16201-1	https://urait.ru/bcode/560630 (дата обращения: 04.06.2026) . – Текст:электронный.

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) rut-miit.ru

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) library.miit.ru

Образовательная платформа «Юрайт» urait.ru

Правовая система КонсультантПлюс: <http://www.consultant.ru>

Информационно-правовой портал Гарант: <https://www.garant.ru>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Веб-браузер (Яндекс.Браузер или аналогичный)

Офисный пакет приложений (Microsoft Office или аналогичный).

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Internet.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Информационные системы
цифровой экономики»

Е.А. Сеславина

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Заведующий кафедрой ИСЦЭ

Л.А. Каргина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян