МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА» (РУТ (МИИТ)

Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
09.03.03 Прикладная информатика,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Системы управления взаимоотношениями с клиентами

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль): Прикладная информатика в экономике и бизнесе

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: 21.04.2022

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является:

- формирование у учащихся навыков организации работы, сбора и анализа маркетинговой информации с помощью систем управления взаимоотношениями с клиентами.

Задачами дисциплины являются:

-изучение CRM-системы;

-методов управления проектами;

-умение проводить анализ информации с помощью графических методов.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-2 - Способен проектировать ИС по видам обеспечения;

ПК-3 - Способен планировать и организовывать проектную деятельность в области ИТ в рамках утвержденных параметров;

ПК-4 - Способен проводить обследование организаций, общаться с заказчиками, выявляя информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.

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

Знать:

-принципы работы оперативной и аналитической CRM-системы;

-методы маркетингового анализа.

Уметь:

-настраивать CRM-систему,

-формировать структуру системы;

-работать с журналами;

-проводить анализ с помощью фильтров и формировать отчеты;

-проводить анализ коммерческой информации с помощью описательных статистических, прогностических, матричных и графических методов, формирования сводных таблиц и графиков.

Владеть:

-основами кооперации с коллегами, работе в коллективе;

-методами управления проектами и готовностью к их реализации с

использованием современного программного обеспечения.

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	Сем. №7
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	Основы построения взаимоотношений с клиентами. Рассматриваемые вопросы: -Теоретические основы построения отношений с клиентами. 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.
2	Стратегия управления отношениями с клиентами. Рассматриваемые вопросы: -Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами. Роль CRM в компании. Применение CRM в различных сферах экономики (на примере телекома, банков, розницы). Эволюция концепции CRM. Ключевые процессы в рамках CRM.
3	Потребительская ценность. Рассматриваемые вопросы: -Процесс создания ценности. Природа потребительской ценности. Создание ценности для клиента. Создание ценности для организации. Максимизация пожизненной стоимости клиента (customer lifetime value). Понятие ценностного предложения (value proposition).
4	Каналы взаимодействия. Рассматриваемые вопросы: -Процесс многоканального взаимодействия. Омниканальный подход. Многоканальная интеграция с клиентом. Варианты использования каналов взаимодействия (channel options). Экономика каналов взаимодействия. Определение приоритетов взаимодействия. Омниканальный подход к работе с клиентами.
5	CRM в компании. Рассматриваемые вопросы: -Практическое внедрение CRM в компании. Ключевые элементы в процессе внедрения CRM. Уровни CRM в компании: от стратегии к бизнес-процессам и рутинам. Управление изменениями. Разработка стратегии продаж на основе CRM. Персонализация продаж и обслуживания. Создание и управление программами лояльности и поддержки клиентов.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Выбор сегментов с наибольшим потенциальм прибыли. В результате практического занятия студент освоит: Определение сегментов и анализ их характеристик. Выбор 2-4 сегментов с наибольшим потенциалом прибыли в долгосрочном периоде.
2	ACURA На практическом занятии формируется навык: Определение базовой стратегии ACURA – определение стратегий сегментов, где это возможно.
3	Выбор подходящих стратегий ACURA На практичексом занятии изучается: Выбор подходящих стратегий ACURA для каждого из сегментов и оценка (приблизительная) показателей прибыльности.
4	Ключевые показатели для сегмента и общий потенциал прибыли. В результате практического занятия изучается: Оценка ключевых показателей для каждого сегмента и общий потенциал прибыли.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
5	Внедрение CRM На практическом занятии студент изучит: Рекомендации и план действий, включающий определение ключевых факторов успеха при внедрении CRM, потребности в инвестициях и стратегию внутреннего продвижения.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим работам
2	Изучение литературы
3	Работа с лекционным материалом
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.
6	Подготовка к промежуточной аттестации.
7	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Цифровая экономика : учебник / составители Л. А. Каргина, С. Л. Лебедева. — Москва : Прометей, 2020. — 222 с. — ISBN 978-5-907244-78-8. — Текст : электронный	ЭБС Лань— URL: https://e.lanbook.com/book/165979 (дата обращения: 10.10.2022).
2	Управление отношениями с клиентами : Как превратить базу ваших клиентов в деньги / Дон Пепперс, Марта Роджерс; пер. с англ. Д. Л. Раевской, С. Н. Живаевой; [под ред. С. Н. Хромова- Борисова, Ю. В. Вронского, В. В. Титова]. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006 — 336 с. ISBN 5-902862-25-6 Текст: электронный	https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/017/otnosheniya_read.pdf (дата обращения: 10.10.2022)

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

Официальный сайт РУТ (МИИТ): https://www.miit.ru/

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

Образовательная платформа «Юрайт»: https://urait.ru/

Электронно-библиотечная система издательства «Лань»: http://e.lanbook.com/

Федеральная служба государственной статистики: https://rosstat.gov.ru

Библиотека естественных наук РАН: http://www.benran.ru/

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

Windows 8;

Microsoft Office;

Операционная система Microsoft Windows.

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

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением, и подключением к сети интернет. Форма промежуточной аттестации:(экзамен).

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 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» С.Л. Лебедева

Согласовано:

Заведующий кафедрой ИСЦЭ Л.А. Каргина

Председатель учебно-методической
комиссии М.В. Ишханян