

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

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: 21.10.2021

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.

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.

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):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
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 60 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.
2	Основы построения взаимоотношений с клиентами Рассматриваемые вопросы 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.
3	Стратегия управления отношениями с клиентами. Рассматриваемые вопросы: -Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами. Роль CRM в компании.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	Применение CRM в различных сферах экономики (на примере телекома, банков, розницы). Эволюция концепции CRM. Ключевые процессы в рамках CRM.
4	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).
5	Каналы взаимодействия. Рассматриваемые вопросы: -Процесс многоканального взаимодействия. Омниканальный подход. Многоканальная интеграция с клиентом. Варианты использования каналов взаимодействия (channel options).
6	Каналы взаимодействия. Рассматриваемые вопросы: -Экономика каналов взаимодействия. Определение приоритетов взаимодействия. Омниканальный подход к работе с клиентами.
7	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.
8	CRM в компании. Рассматриваемые вопросы 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 потенциалом прибыли. В результате практического занятия студент освоит: Определение сегментов и анализ их характеристик.
2	Выбор сегментов с наибольшим потенциалом прибыли. В результате практического занятия студент освоит: Выбор 2-4 сегментов с наибольшим потенциалом прибыли в долгосрочном периоде.
3	ACURA На практическом занятии формируется навык: Определение базовой стратегии ACURA – определение стратегий сегментов, где это возможно.
4	Выбор подходящих стратегий ACURA На практическом занятии изучается: Выбор подходящих стратегий ACURA для каждого из сегментов и оценка (приблизительная) показателей прибыльности.
5	Ключевые показатели для сегмента и общий потенциал прибыли В результате практического занятия изучается: Оценка ключевых показателей для каждого сегмента и общий потенциал прибыли.
6	Внедрение CRM На практическом занятии студент изучит: Рекомендации и план действий, включающий определение ключевых факторов успеха при внедрении

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	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.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Managing Customer Relationships: A Strategic Framework Peppers, Don, and Martha Rogers John Wiley & Sons , 2011	https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/files/bookparts/017/otnosheniya_read.pdf
2	Учебно-методическое пособие «Управление взаимоотношениями с клиентами в CRM-системе Quick Sales» по выполнению расчетно-аналитических работ по дисциплинам «Маркетинг», «Информационные технологии в профессиональной деятельности» С.В. Мхитарян И.В. Рожков 2013	https://portal.fa.ru/Files/Data/c3822b7e-0807-4d70-8e0a-d36d68d1bf4b/Mkhitaryan.Rozhkov.CRM_QuickSales.pdf

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

Информационный портал Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (www.elibrary.ru)

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

<http://edu.emiit.ru/> - Портал дистанционного обучения Института экономики и финансов РУТ (МИИТ);

Электронный контент «Системы управления взаимоотношениями с клиентами».

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

Windows 8

Microsoft Office

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:

Экзамен 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
Председатель учебно-методической
комиссии

Л.А. Каргина

М.В. Ишханян