

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
38.03.06 Торговое дело,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

CRM системы в маркетинге

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Маркетинг

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: 14.05.2022

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины (модуля) являются:

- изучение студентами возможностей взаимодействия с клиентами в новых условиях современной бизнес-среды, основанной на сетях;
- освоение студентами навыков информационно-аналитической профессиональной деятельности в условиях интенсивного внедрения информационно-коммуникационных и цифровых технологий во все сферы бизнеса.

Задачами дисциплины являются:

- ознакомление с базовыми принципами организации и способами функционирования корпоративных форм бизнеса в условиях современных институтов;
- изучение механизма управления взаимоотношениями с клиентами;
- овладение инструментами CRM с использованием информационных технологий

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-5 - Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.;

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.;

ПК-1 - Способен исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта, техники и технологий при реализации инвестиционных и инновационных проектов, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг;

ПК-3 - Способен использовать навыки разработки, внедрения и совершенствования цифровых систем маркетинговых коммуникаций в организации.

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

Знать:

современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач

Уметь:

исследовать рынок с использованием инструментария экономического анализа, формировать модели жизненного цикла продукта, техники и технологий при реализации инвестиционных и инновационных проектов, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг

Владеть:

- навыками работы с сервисами Интернет;
- основами управления информационными системами, представления полученных результатов;
- навыками подготовки информации для принятия управленческих решений

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. №5
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 Интернет-бизнеса Рассматриваемые вопросы: - основные подходы к созданию Интернет-компаний; - бизнес-модели: B2C, B2C, B2B.
2	Сетевой бизнес Рассматриваемые вопросы: - основные виды сетевого бизнеса; - интернет-магазины. Основные отличия; - торговые площадки.
3	Интернет-технологии взаимодействия с клиентами Рассматриваемые вопросы: - денежные расчеты в сети; - вопросы безопасности платежей в Интернете; - маркетинг в Интернет-бизнесе.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Определение интернет-бизнеса В результате работы на практическом занятии студент получает навык формирования целей компании по SMART и регистрации в интернет-порталах
2	Моделирование в интернет-бизнесе В результате работы на практическом занятии студент получает навык создания модели интернет-бизнеса.
3	Выбор платформы для создания интернет-ресурса В результате работы на практическом занятии студент получает навык сравнительного анализа платформ для размещения сайта компании и выбирает наиболее оптимальный вариант.
4	Создание веб-сайта В результате выполнения практического задания студент получает навык проектирования интернет-ресурса организации.
5	Оплата товаров и услуг в интернет-бизнесе В результате работы на практическом занятии студент получает навык сравнительного анализа платежных систем. В результате работы на практическом занятии студент получает навык
6	Целевая аудитория

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	В результате работы на практическом занятии студент получает навык исследование целевой аудитории при ведении интернет-бизнеса
7	Рекламные кампании в социальных сетях В результате работы на практическом занятии студент получает навык организации и проведения рекламной кампании в социальных сетях

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с литературой
2	Подготовка к практическим занятиям
3	Подготовка к промежуточной аттестации.
4	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Одинцов, Б. Е. Информационные системы управления эффективностью бизнеса : учебник и практикум для вузов / Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01052-7.	https://urait.ru/bcode/489187 (дата обращения: 15.02.2022). — Текст : электронный
2	Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5.	https://urait.ru/bcode/489534 (дата обращения: 15.02.2022). — Текст : электронный

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/>).

Электронно-библиотечная система ibooks.ru (<http://ibooks.ru/>)

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

Яндекс. Браузер, Google Chrome (или другой браузер).

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office.

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

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные компьютерной техникой и наборами демонстрационного оборудования.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 5 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы

Старший преподаватель кафедры
«Информационные системы
цифровой экономики»

Егоров Сергей
Владимирович

Лист согласования

Заведующий кафедрой ЭУТ
Заведующий кафедрой ИСЦЭ
Председатель учебно-методической
комиссии

Н.П. Терешина

Л.А. Каргина

М.В. Ишханян