

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
38.03.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

CRM системы в маркетинге

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: 20.05.2025

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-2 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;

ОПК-5 - Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ;

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

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:

1. Основные принципы взаимодействия с клиентами в современных условиях сетевой бизнес-среды.

2. Механизмы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и их важность для бизнеса.

3. Базовые принципы организации и функционирования корпоративных форм бизнеса в условиях современных институтов.

4. Современные информационно-коммуникационные и цифровые технологии, используемые в бизнесе.

Уметь:

1. Собирать, обрабатывать и анализировать данные, необходимые для решения управленческих задач с использованием современных инструментов.

2. Применять информационно-аналитические системы для профессиональной деятельности.

3. Использовать современные информационные технологии и программные средства для управления крупными массивами данных и их интеллектуального анализа.

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

Владеть:

1. Навыками применения инструментов CRM с использованием информационных технологий.

2. Техниками использования современных информационных технологий для решения профессиональных задач.

3. Методами управления взаимоотношениями с клиентами в условиях сетевой бизнес-среды.

4. 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 №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	Цифровая экономика. Рассматриваемые вопросы: - цифровые модели и платформы предоставления услуг; - национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации».
2	Основы информационных технологий управления взаимоотношениями с клиентами Рассматриваемые вопросы: - развитие информационных технологий; - современные информационные технологии; - цели использования информационных технологий в сфере взаимоотношения с клиентами.
3	Классификация видов интернет-бизнеса Рассматриваемые вопросы: - виды интернет-бизнеса; - основные технологий ведения бизнеса в сети интернет; - основные подходы к созданию интернет представительств компаний.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
4	Электронные торговые площадки Рассматриваемые вопросы: - типы электронных торговых площадок; - возможности и преимущества электронных торговых площадок
5	Интернет-технологии взаимодействия с целевой аудиторией Рассматриваемые вопросы: - определение целевой аудитории; - веб сайты компаний; - сообщества в сети интернет; - денежные расчеты в сети; - вопросы безопасности платежей в Интернете;
6	Социальные сети. Рассматриваемые вопросы: - сообщества в сети интернет; - поиск целевой аудитории;
7	Цифровая трансформация деятельности компании. Рассматриваемые вопросы: - цифровая трансформация деятельности; - кейсы цифровой трансформации.
8	Корпоративные порталы как средство организации работы компании Рассматриваемые вопросы: - системы внутренних коммуникаций; - виды корпоративных порталов.
9	Системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM Рассматриваемые вопросы: - виды CRM; - основные компоненты CRM; - бизнес процессы в CRM.
10	Продвижение интернет-ресурса. Рассматриваемые вопросы: -рекламные кампании в сети интернет -поисковое продвижение интернет ресурсов SEO -социальный медиа меркетинг SMM
11	«Гибкие методологии» в управлении. Рассматриваемые вопросы: - Kanban/Agile/Scrum/Lean.
12	Вопросы безопасности ведения бизнеса в интернете Рассматриваемые вопросы: - шифрование; - цифровая подпись; - протоколы и стандарты безопасности.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Подготовка аналитической справки о проектах по направлениям национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». В результате выполнения практического задания студент получает навыки анализа информации в области национальных программ, знакомится с проектами национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
2	Использование цифровых сервисов дистанционного взаимодействия. В результате выполнения практического задания студент раскрывает следующие вопросы: - Проблемы и перспективы развития цифровых сервисов дистанционного взаимодействия в эпоху цифровой экономики. - Практическое использование функционала цифровых сервисов дистанционного взаимодействия в управленческой деятельности.
3	Определение идеи интернет-бизнеса и целевой аудитории. В результате работы на практическом занятии студент получает навык формирования целей компании по SMART и исследования целевой аудитории при ведении интернет-бизнеса.
4	Организация корпоративного портала компании. В результате выполнения практического задания студент получает навыки использования информационных технологий в сфере создания корпоративных порталов компаний.
5	Создание интернет-ресурса компании. В результате работы на практическом занятии студент получает навык создания интернет-ресурса компании.
6	Организации системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM. В результате работы на практическом занятии студент получает навык организации и настройки системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM .
7	Подключение каналов лидогенерации в CRM. В результате работы на практическом занятии студент получает навык подключения каналов лидогенерации в системе управления взаимоотношениями с клиентами CRM .
8	Бизнес процессы в CRM. В результате работы на практическом занятии студент получает навык настройки бизнес процессов в системе управления взаимоотношениями с клиентами CRM .
9	Отчетность в CRM. В результате работы на практическом занятии студент получает навык настройки получения отчетов в системе управления взаимоотношениями с клиентами CRM .
10	Продвижение интернет-ресурса. В результате работы на практическом занятии студент получает навык выбора инструментария для продвижения интернет-ресурса.
11	Аналитика поведения пользователей. В результате работы на практическом занятии студент получает навык анализировать поведение пользователей на интернет-ресурсе компании.
12	Ознакомление с методами и средствами защиты информации. В результате выполнения практического задания студент получает навыки: - выявление угроз информационной безопасности.

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	Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5.	https://urait.ru/bcode/560580 (дата обращения 13.04.2025). — 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: 13.04.2025) . – 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: 13.04.2025) . – 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/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант плюс» <https://www.consultant.ru> , «Гарант» <https://www.garant.ru>

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

Интернет-браузер - программа для просмотра веб-страниц (Яндекс. Браузер и др.).

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 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, так же доступом к сети Internet.

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»

С.В. Егоров

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Заведующий кафедрой ИСЦЭ

Л.А. Каргина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян