

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО ВГУ)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
информационных технологий и  
математических методов в экономике



В.В. Давнис

23.04.2020

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.08.02 CRM – системы**

1. Шифр и наименование направления подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»
2. Профиль подготовки: Бизнес-администрирование
3. Квалификация выпускника: Бакалавр
4. Форма обучения: *очная*
5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: кафедра Информационных технологий и математических методов в экономике
6. Составители программы: Шуршикова Галина Владимировна, кандидат технических наук, доцент,
7. Рекомендована: НМС экономического факультета протокол № 4 от 16.04.2020
8. Учебный год: 2023/2024                      Семестр: 7

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

**Цель:** формирование у обучающихся знаний, навыков и способностей в области разработки механизмов управления взаимоотношениями организации с клиентами, управления многоканальной интеграцией, формирования клиентоориентированной корпоративной культуры и использования CRM-систем.

### Задачи дисциплины:

- изучение концепции управления взаимоотношениями с клиентами;
- приобретение знаний в области структурного построения организации и бизнес-процессов с ориентацией на клиента;
- ознакомление с основными процессами и технологиями CRM;
- приобретение навыков анализа и оценки эффективности CRM;
- получение навыков в области разработки и внедрения CRM проектов.

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:** вариативная часть, дисциплина по выбору. Необходимо знание основ информатики, информационных технологий и владение навыками работы с офисными программами.

### 11. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОПК-7	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– базовые функциональные возможности CRM-систем</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– критически анализировать функциональные возможности CRM систем для решения профессиональных задач.</li></ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– навыками работы с CRM - системами.</li></ul>
ПК-17	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– бизнес-модели взаимодействия с клиентами;</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– оценивать эффективность использования CRM систем</li></ul> <b>Владеть:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– навыками сравнительного анализа CRM систем в условиях российского рынка</li></ul>

**12 Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом —   2   /   72  .**

**Форма промежуточной аттестации - зачет.**

### 13 Виды учебной работы:

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)	
	Всего	По семестрам
		7 сем.
Аудиторные занятия	54	54
в том числе: лекции	18	18
практические	36	36
лабораторные		
Самостоятельная работа	18	18
Итого:	72	72

#### 13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
<b>1. Лекции</b>		
1.1	Концепция управления взаимоотношениями с потребителями. Разработка стратегии CRM.	Теоретические основы CRM систем. Стратегическая матрица CRM. Потребительская ценность. Прибыльность клиентов. Пожизненная доходность клиента (CLV).
1.2	Многоканальная интеграция. Приложения для работы с клиентами и документооборота.	Информационные системы класса CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами). Основные функции. Сравнительный анализ CRM систем, представленных на российском рынке и примере Битрикс24, AmoCRM, Мегаплан, МойСклад, WireCRM, RetailCRM, Salesap CRM, LPTracker, Prostoy – CRM («Простой бизнес»), Envybox CRM Яндекс-метрика, Гугл-аналитика. Информационные проблемы маркетингового исследования. Организация работы с маркетинговой информацией
1.3	Состояние и перспективы развития российского рынка CRM-решений. Сравнительный анализ CRM приложений.	Ключевые показатели эффективности CRM. Система мониторинга эффективности CRM. Основные элементы внедрения CRM. Управление проектами CRM
<b>2. Практические занятия</b>		
2.1	Концепция управления взаимоотношениями с потребителями. Разработка стратегии CRM.	Изучение теоретических подходов к определению роли информации в процессе принятия решений; обоснование потребности предприятий в маркетинговой информации; изучение рынка маркетинговой информации; разработка классификации источников маркетинговой информации; определение возможных форм организации работы с маркетинговой информацией. Функции маркетинговых информационных систем для решения задач маркетинга.
2.2	Многоканальная интеграция. Приложения для работы с клиентами и	Теоретические подходы к определению роли информации в процессе принятия решений. Информационные системы класса CRM (customer

	документооборота.	relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами). Работа с демоверсиями, изучение основных функций. Сравнительный анализ CRM систем, представленных на российском рынке и примере Битрикс24, AmoCRM, Мегаплан, МойСклад, WireCRM, RetailCRM, Salesap CRM, LPTracker, Prostoy – CRM («Простой бизнес»), Envybox CRM  Понятия веб-аналитики, основы работы в Яндекс-метрика, Гугл-аналитика. Информационные проблемы маркетингового исследования.
2.3	Состояние и перспективы развития российского рынка CRM-решений. Сравнительный анализ CRM приложений.	Изучение ценовых политик производителей CRM систем, изучение методов определения прямых и косвенных затрат Изучение перспективных технологий применительно к CRM

### 13.2 Разделы дисциплины и виды занятий:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	Концепция управления взаимоотношениями с потребителями. Разработка стратегии CRM.	6	6	6	18
2	Многоканальная интеграция. Приложения для работы с клиентами и документооборота.	6	20	6	32
3	Состояние и перспективы развития российского рынка CRM-решений. Сравнительный анализ CRM приложений.	6	10	6	22
Итого:		18	36	18	72

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся.

Обучающимся рекомендуется вести конспект лекции, в котором должны быть ссылки на номера слайдов и демонстрационные примеры, основные определения и положения необходимо конспектировать, в конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.. Презентации лекций и демонстрационный материал в виде файлов предоставляются обучающимся.

Для подготовки к практическому занятию обучающийся должен заранее ознакомиться с заданием и теоретическим материалом, после выполнения работы оформить отчет о проделанной работе и подготовиться к ее защите.

При подготовке к практическим занятиям особое внимание следует уделять особенностям использования изучаемых программных продуктов и грамотному оформлению полученных результатов.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины и является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом, обучающийся работает с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и ресурсами сети Internet, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Вопросы, которые вызывают у обучающихся затруднения при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Виды самостоятельной работы: конспектирование учебной и научной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с информационными справочными системами, выполнение домашних заданий; выполнение контрольных заданий; подготовка к занятиям; работа с вопросами для самопроверки.

## 15. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

### а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	<a href="#">Жданов, С. А.</a> Информационные системы : учебник / С.А. Жданов, М.Л. Соболева, А.С. Алфимова .— Москва : Прометей, 2015 .— 302 с. : табл., схем., ил. — Библиогр. в кн .— <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .— ISBN 978-5-9906-2644-7 .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=426722">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=426722</a> >.
2.	Балдин, К. В. Информационные системы в экономике : учебник / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. — 7-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 395 с. — ISBN 978-5-394-01449-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/93391">https://e.lanbook.com/book/93391</a>
3.	<a href="#">Ясенев, В. Н.</a> Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев .— 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 560 с. : табл., граф., ил., схемы .— Библиогр.: с. 490-497. — <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .— ISBN 978-5-238-01410-4 .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115182">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115182</a> >.
4.	Информационные системы и технологии управления : учебник / ; ред. Г. А. Титоренко .— 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2015 .— 591 с. : ил., табл., схемы .— (Золотой фонд российских учебников) .— <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .— ISBN 978-5-238-01766-2 .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115159">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=115159</a> >.

### б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5.	ГОСТ 7.73-96. Поиск и распространение информации : Термины и определения.— Офиц. изд. — Взамен ГОСТ 7.27-80 ; Введен 01.01.1998 .— Минск : Изд-во Межгос.Совет по стандартизации, 1997 .— 11 с. — (Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу)

6.	<a href="http://biblioclub.ru/book/119135/">Гринберг А. С. Информационные технологии управления. Учебное пособие</a> - М.: Юнити-Дана, 2012 URL: <a href="http://biblioclub.ru/book/119135/">http://biblioclub.ru/book/119135/</a>
7.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119550">Уткин, В.Б.</a> Информационные системы и технологии в экономике / В.Б. Уткин ; Балдин К. В. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 337 с. — (Профессиональный учебник: Информатика) .— ISBN 5-238-00577-6 .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119550">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119550</a> >.
8.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119133">Арсеньев, Ю.Н.</a> Информационные системы и технологии. Экономика. Управление. Бизнес / Ю.Н. Арсеньев ; Шелобаев С. И. ; Давыдова Т. Ю. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 448 с. — ISBN 5-238-01040-0 .— <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119133">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=119133</a> >.
9.	Информационные технологии / А.И. Исакова. — Томск : Эль Контент, 2012 . 174 с. — ISBN 978-5-4332-0036-4. <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=208647">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=208647</a>
10.	Исаев, Г.Н. Информационные технологии. Учебник [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон. дан. — М. : Омега-Л, 2012. — 464 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=5528">http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=5528</a> — Загл. с экрана.
11.	Киреева, Г.И. Основы информационных технологий: учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.И. Киреева, В.Д. Курушин, А.Б. Мосягин [и др.]. — Электрон. дан. — М. : ДМК Пресс, 2010. — 272 с. — Режим доступа: <a href="http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=1148">http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=1148</a> — Загл. с экрана.
12.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=260744&amp;sr=1">Черных, Т.А.</a> Основы офисного программирования в MS Excel : учебное пособие / Т.А. Черных, Ю.В. Полищук, А.В. Максименко .— Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2013 .— 121 с. — <URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=260744&amp;sr=1">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=260744&amp;sr=1</a> >.
13.	<a href="http://biblioclub.ru/book/90958">Уринцов А. И.</a> Электронный обмен данными. Учебно-практическое пособие. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 181 с. URL: <a href="http://biblioclub.ru/book/90958/">http://biblioclub.ru/book/90958/</a>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
1.	Зональная научная библиотека ВГУ <a href="https://www.lib.vsu.ru/">https://www.lib.vsu.ru/</a>
2.	ЭБС Лань, <a href="http://e.lanbook.com/">http://e.lanbook.com/</a>
3.	ЭБС Университетская библиотека online <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
4.	ЭБС «Электронная библиотека технического ВУЗа» (ЭБС «Консультант студента» <a href="http://www.studentlibrary.ru/">http://www.studentlibrary.ru/</a>
5.	<a href="https://edu.vsu.ru/">https://edu.vsu.ru/</a> – образовательный портал «Электронный университет ВГУ»/LMC Moodle курс ИС маркетинга, <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=5412">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=5412</a>
6.	Система Битрикс 24. Официальный сайт: <a href="http://www.fosSDoc.ru/">http://www.fosSDoc.ru/</a>
7.	Система Простой бизнес, Официальный сайт: <a href="https://www.prostoy.ru/">https://www.prostoy.ru/</a>
8.	Система Мегаллан Официальный сайт: <a href="https://megaplan.ru/">https://megaplan.ru/</a>
9.	Российская государственная библиотека. Единый электронный каталог <a href="http://www.rsl.ru/ru/s97/s977242/">http://www.rsl.ru/ru/s97/s977242/</a>

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)**

№ п/п	Источник
-------	----------

1.	База знаний системы ELMA <a href="https://www.elma-crm.ru/kb/">https://www.elma-crm.ru/kb/</a>
2.	Образовательный портал ELMA <a href="https://eva.elma-crm.ru/">https://eva.elma-crm.ru/</a>
3.	On-line семинары Synerdocs и Directum <a href="http://www.synerdocs.ru/webinar/">http://www.synerdocs.ru/webinar/</a>

Внеаудиторная работа должна сопровождаться работой за компьютером для выполнения заданий по темам, заданным преподавателем в качестве самостоятельной работы.

1. Установить демо-версию системы CRM
2. Просматривать обучающие деморолики, предоставляемые разработчиками информационных продуктов.
3. По возможности посещать выставки, семинары и рекламные мероприятия, организуемые производителями программных продуктов и информационных услуг.

### **17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)**

Используется Свободное программное обеспечение, бесплатные демоверсии систем. Используются текстовые и табличные редакторы, распространяемые по свободной лицензии.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ФГБОУ ВО «ВГУ», так и вне ее.

Программа дисциплины реализуется с применением элементов дистанционных образовательных технологий

Информационно-справочные ресурсы

1. <http://www.ict.edu.ru> - портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" .
2. <http://www.iot.ru> - портал Информационных образовательных технологий.
3. <http://biznit.ru> - сайт о применении информационных технологий в различных областях.
4. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - официальный сайт ЗАО «Консультант Плюс».
5. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - официальный сайт ООО «НПП Гарант-Сервис».
6. [www.kodeks.ru](http://www.kodeks.ru) - официальный сайт информационно-правового консорциума «Кодекс».
7. <http://www.hse.ru> - Портал Высшей Школы Экономики;
8. <http://ecsocman.edu.ru> - Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»;
9. <http://www.aup.ru> - Портал по менеджменту, маркетингу и рекламе, финансам, инвестициям, управлению персоналом;
10. <http://www.eu.ru> - Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы;
11. Российская государственная библиотека. Единый электронный каталог <http://www.rsl.ru/ru/s97/s977242/>
12. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>
13. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru>

**18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Учебный корпус экономического факультета ВГУ имеет: нужное количество лекционных аудиторий, оснащенных мультимедийным оборудованием, компьютерные классы, имеется необходимый комплект лицензионного программного обеспечения. Обучающиеся имеют доступ к учебной литературе, представленной в ЭБС.

Для проведения занятий используются: Учебная аудитория: специализированная мебель, Компьютер (12 шт.), системный блок - (12 шт.), монитор (12 шт.)



## 19. Фонд оценочных средств:

### 19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ОПК-7 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	<b>Знать:</b> – базовые функциональные возможности CRM-систем	1. Концепция управления взаимоотношениями с потребителями. Разработка стратегии CRM	Доклад
	<b>Уметь:</b> – критически анализировать функциональные возможности CRM систем для решения профессиональных задач.	2. Многоканальная интеграция. Приложения для работы с клиентами и документооборота.	Тест, Индивидуальное задание
	<b>Владеть:</b> – навыками работы с CRM - системами.	2. Многоканальная интеграция. Приложения для работы с клиентами и документооборота.	Тест, Индивидуальное задание
ПК-17: способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	<b>Знать:</b> – бизнес-модели взаимодействия с клиентами	2. Многоканальная интеграция. Приложения для работы с клиентами и документооборота.	Тест, Индивидуальное задание
	<b>Уметь:</b> – оценивать эффективность использования CRM систем	3. Состояние и перспективы развития российского рынка CRM-решений. Сравнительный анализ CRM приложений.	Индивидуальное задание
	<b>Владеть:</b> – навыками сравнительного анализа CRM систем в	3. Состояние и перспективы развития российского рынка CRM-решений. Сравнительный	Индивидуальное задание

	условиях российского рынка	анализ CRM приложений.	
	Промежуточная аттестация		КИМ

### 19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели:

- владение понятийным аппаратом и теоретическими основами дисциплины,
- способность иллюстрировать ответ примерами практического использования теоретического материала,
- способность связать вопросы теории с практическими заданиями,
- применять теоретические знания для решения практических задач,
- ориентация в функциональных возможностях изучаемых программных продуктах,
- грамотная, уверенная, связанная речь при устном ответе,
- способность быстро ориентироваться в материале, отвечая на дополнительные вопросы в рамках изучаемого объема.

Для оценивания результатов обучения на зачете используется шкала: «зачтено», «не зачтено».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прочно усвоил предусмотренный программный материал;</li> <li>- правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров;</li> <li>- показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса;</li> </ul> <p>Обязательным условием выставленной оценки является правильная речь в быстром или умеренном темпе. Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении самостоятельной работы, систематическая активная работа на практических занятиях.</p>	Пороговый уровень	Зачтено
<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- не справился с 50% вопросов и заданий билета,</li> <li>- в ответах на вопросы допустил существенные ошибки.</li> <li>- не может ответить на дополнительные вопросы.</li> </ul> <p>Не зачтена текущая аттестация и обучающийся не может ответить по материалам текущей аттестации</p>	-	Не зачтено

### **19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **19.3.1 Перечень вопросов к зачету**

1. Стратегия управления клиентскими отношениями
2. Эволюция концепции CRM
3. Ключевая роль Интернета в развитии CRM
4. Интернет-технологии в корпоративном управлении
5. Применение CRM в различных сферах экономики
6. Маркетинг в стратегии CRM
7. Поддержка клиентов в CRM
8. Аналитические возможности CRM
9. Источники маркетинговой информации
10. Технологии интернета для работы с партнерами
11. Эволюция концепции CRM
12. Стратегия CRM
13. Примеры целей внедрения CRM
14. Сущность организации работы с партнерами на основе интернет-технологий
15. Управление взаимоотношениями с сотрудниками
16. Технологии для реализации программ лояльности клиентов
17. Причины неудач в использовании CRM
18. Технологии для увеличения эффективности работы сотрудников по клиентскому обслуживанию
19. Какие первостепенные задачи ставят руководители российских предприятий перед CRM?
20. Оценка эффективности использования CRM

#### **19.3.2 Тестовые задания (пример)**

1. Отметьте правильные высказывания:
  - основной причиной ухода клиентов к конкуренту является более низкая цена
  - (Правильный ответ) в российских компаниях информация о клиентах в основном ведется в финансовой системе
  - (Правильный ответ) цена привлечения нового клиента значительно больше цены удержания существующего клиента
2. От чего зависит построение бизнес-процессов стратегии CRM?
  - регламентность работы
  - (Правильный ответ) стратегия предприятия
  - применяемая автоматизированная система
3. Правда ли, что ERP-система:
  - (Правильный ответ) ERP-система автоматизирует бизнес-процессы предприятия
  - (Правильный ответ) степень требуемой интеграции между ERP и CRM больше, чем между любыми другими системами
  - (Правильный ответ) ERP-система оптимизирует взаимодействие между подразделениями и сотрудниками
4. На что ориентирована система материально-технического снабжения?
  - постоянное приобретение идентичного набора товаров и материалов, специфичных для производственной деятельности предприятия

- (Правильный ответ) единовременные закупки практически любого товара или материалов, необходимые предприятию в текущий момент времени
  - единовременные закупки практически любого товара или материалов, специфичных для производственной деятельности предприятия
5. Какой этап является неотъемлемой частью процесса внедрения проекта CRM?
- (Правильный ответ) обучение персонала
  - конвертация данных
  - доработка системы CRM
6. Что такое реинжиниринг?
- автоматизация процессов изготовления для снижения себестоимости продукции
  - автоматизация управления ресурсами предприятия для достижения улучшения деятельности компании
  - (Правильный ответ) перестройка деловых процессов для достижения улучшения деятельности компании
7. Перенаправление звонков в контакт-центре:
- (Правильный ответ) использовалось до компьютеризации
  - стало возможным благодаря системе CRM
  - стало возможным благодаря компьютерно-телефонным программам
8. Что отличает электронный магазин от обычного?
- (Правильный ответ) возможность персонализированного проактивного общения с каждым клиентом индивидуально
  - возможность персонализации каждого клиента
  - возможность общения с клиентом
9. При каком виде маркетинга реакция на результаты маркетинговой кампании минимальна?
- прямой маркетинг
  - (Правильный ответ) маркетинг отношений
  - целевой маркетинг
10. В чем заключается основная потребность руководителя при статусном сценарии внедрения CRM-стратегии?
- автоматизация рутинных операций
  - (Правильный ответ) реализация условий, налагаемых внешними факторами
  - контроль эффективности
  - накопление и передача знаний
  - систематизация деятельности сотрудников
  - контроль за информацией
11. На основе каких показателей рассчитывается ценность клиента финансовой компании?
- (Правильный ответ) демография
  - (Правильный ответ) доходность
  - (Правильный ответ) корпоративные характеристики
  - (Правильный ответ) потенциал его развития
12. Какие определения целей являются неправильными?
- внедрение единой базы данных клиентов
  - (Правильный ответ) улучшение взаимодействия между департаментами
  - (Правильный ответ) повышение прозрачности и управляемости бизнеса

13. В компании внедрено две CRM-системы – автоматизация продаж и маркетинга. Доступ к какой информации о клиенте должен иметь менеджер по продажам для более эффективного обслуживания?
- к интегрированной информации, накопленной в этих CRM-системах
  - к информации, накопленной в системе сервисного обслуживания
  - (Правильный ответ) к интегрированной информации, накопленной во всех существующих системах предприятия
14. Что проверяется при аудите каналов взаимодействия с клиентами?
- существующие бизнес-процессы взаимодействия с клиентом в точках контакта
  - (Правильный ответ) существующие бизнес-процессы и технологические процессы взаимодействия с клиентом в точках контакта
  - существующие технологические процессы взаимодействия с клиентом в точках контакта
15. Какие критерии используются для определения оценки качества доступа клиентов контакт-центра?
- среднее время обработки контакта после окончания разговор
  - среднее время разговора оператора с клиентом
  - (Правильный ответ) средняя скорость ответа на звонок
  - (Правильный ответ) процент прерванных звонков
  - (Правильный ответ) среднее время ответа по электронной почте
16. Когда произошло зарождение электронного бизнеса?
- конец 90-х годов
  - конец 80-х годов
  - (Правильный ответ) начало 90-х годов
17. Что является персонализацией клиента?
- отправка сообщения перед днем рождения клиента о предоставлении ему скидки в этот день
  - (Правильный ответ) изменение интерфейса Web-сайта магазина под ваши интересы
  - почтовая рассылка о выпуске новой продукции
18. Какой информационный поток наиболее часто отсутствует в CRM-системе компании, приводящий к устареванию информации о клиенте?
- внесение информации о клиенте менеджером в базу клиентов менеджера
  - получение менеджером информации из единой базы клиентов
  - (Правильный ответ) внесение информации о клиенте менеджером в единую базу клиентов компании
19. Правда ли, что:
- электронный бизнес должен использовать только интернет как канал взаимодействия с клиентом
  - (Правильный ответ) основой внедрения системы электронного бизнеса является создание бизнес-процессов
  - (Правильный ответ) интернет является каналом взаимодействия с клиентом в электронном бизнесе
20. Кем обычно выполняется поиск скрытых возможностей при помощи средств CRM –системы?:
- любым сотрудником компании
  - может выполняться программными средствами автоматически, не требуя вмешательства специалиста
  - (Правильный ответ) специалистом по статистике с хорошим знанием продуктов и услуг

21. Какие события по взаимодействию с клиентом необходимо заносить в CRM-систему?
- (Правильный ответ) любые события, связанные с клиентом
  - изменение реквизитов или контактной информации клиента
  - только те события, которые привели к продаже продукта
22. Какой критерий выбора CRM-системы используется компаниями наиболее часто?
- (Правильный ответ) функциональность
  - цена решения
  - общая стоимость владения
23. Какие факторы позволяют снизить затраты на обслуживание клиентов?
- (Правильный ответ) автоматизация ответов на повторяющиеся вопросы
  - (Правильный ответ) перевод клиентов на самообслуживание
  - (Правильный ответ) сокращение времени обслуживания звонка
24. Какой канал взаимодействия с клиентом наиболее медленный?
- SMS
  - (Правильный ответ) почта
  - Web-сайт
  - телефония
  - электронная почта
  - факс
25. На основе каких показателей рассчитывается доходность клиента?
- потенциал его развития
  - демография
  - корпоративные характеристики
  - (Правильный ответ) прибыльность клиента
26. Какие преимущества дает Web-сайт как канал взаимодействия с клиентом?
- нахождение ответов на все интересующие вопросы
  - (Правильный ответ) быстрый поиск специализированной информации
  - (Правильный ответ) дешевость по сравнению с другими каналами
27. Какой наиболее эффективный способ отбора кандидатов CRM-поставщиков?
- использование исследовательских агентств в области CRM-решений
  - изучение функциональных возможностей CRM-систем различных поставщиков
  - (Правильный ответ) рассылка по электронной почте списка необходимой функциональности системы
28. Эффективное внедрение стратегии CRM возможно:
- (Правильный ответ) только в компании с определенным объемом бизнеса
  - только в компании с большим объемом бизнеса
  - в любой компании
29. Что такое ERP-система?
- перестройка деловых процессов для достижения улучшения деятельности компании
  - (Правильный ответ) автоматизация управления ресурсами предприятия для достижения улучшения деятельности компании
  - автоматизация процессов изготовления для снижения себестоимости продукции
  - Кем могут быть выполнены первые этапы за
30. Какие преимущества дает завоевание лояльности клиента?
- (Правильный ответ) увеличение объема продаж
  - снижение себестоимости продукции

- (Правильный ответ) снижение себестоимости обслуживания клиента
31. Что подразумевает выполнение каждого этапа процесса в модуле управления процессами CRM-системы?
- выполнение определенной последовательности действий, которые выполняются сотрудниками
  - (Правильный ответ) выполнение определенной последовательности действий, которые могут выполняться как сотрудниками, так и программным модулем
  - выполнение определенного действия сотрудником
32. Что является целью анализа требований?
- требования, которые определяют, что должна представлять собой система после окончания проекта внедрения
  - (Правильный ответ) детальные спецификации, которые однозначно определяют, что должна представлять собой система после окончания проекта внедрения
  - общие требования, которые определяют, что должна представлять собой система
33. Какие основные цели внедрения стратегии CRM при кризисном сценарии?
- контроль эффективности
  - реализация условий, налагаемых руководством
  - (Правильный ответ) контроль за информацией
  - (Правильный ответ) систематизация деятельности сотрудников
34. щиты проекта CRM — определение и детализация бизнес-проблем и целей компании?
- (Правильный ответ) сотрудником компании — инициатором проекта
  - (Правильный ответ) компанией-консультантом в области CRM-систем
  - (Правильный ответ) компанией-поставщиком CRM-системы
35. Какое главное отличие персонализации по правилам от адаптивной?
- (Правильный ответ) для определения правил требуется участие человека
  - использует правила предоставления информации клиенту в соответствии с задачей, которую он пытается выполнить
  - изменение правил по мере взаимодействия с клиентом
36. Какой метод распределения звонков подразумевает последовательную доступность службы поддержки для всех временных зон по мере наступления рабочих часов в крупной компании?
- Метод «балансирования нагрузки»
  - (Правильный ответ) концепция «следуй за солнцем»
  - по расположению региональных офисов компании
37. Поиск скрытых возможностей в CRM-системе:
- (Правильный ответ) лучше будет выполнен специалистом по статистике
  - предполагает наличия в компании специалиста по продажам
  - может быть выполнен любым сотрудником компании
38. Правда ли, что:
- (Правильный ответ) большая доля стоимости внедрения CRM/Контакт-центра приходится на закупку оборудования рабочих мест операторов
  - (Правильный ответ) аренда возможностей контакт-центра у аутсорсинговой компании сопровождается решением проблемы совместимости технологий CRM компании и аутсорсингового центра
  - (Правильный ответ) создание собственного автоматизированного контакт-центра сопровождается высоким инвестиционным риском для компании

39. Модуль управления процессами CRM-системы
- позволяет увеличить влияние человеческого фактора в процессе продаж
  - позволяет исключить влияние человеческого фактора в процессе продаж
  - (Правильный ответ) позволяет уменьшить влияние человеческого фактора в процессе продаж
40. Какой анализ позволяет определить будущее поведение клиента?
- анализ последовательности
  - ассоциативный анализ
  - (Правильный ответ) анализ предсказания
41. Правильны ли высказывания?
- событийный маркетинг не требует высокого уровня автоматизации рабочих процессов
  - (Правильный ответ) ценность клиента лучше рассчитывать на интеграции нескольких показателей о клиенте
  - персонализация позволяет удержать клиента
42. Правда ли, что Web-сайт:
- применяется для передачи легитимных документов
  - наиболее традиционный канал взаимодействия с клиентом
  - (Правильный ответ) наиболее дешевый канал взаимодействия с клиентом

**Критерии оценивания тестового задания:**

- оценка «зачтено» - более 60% правильных ответов.
- оценка «не зачтено», менее 60% правильных ответов..

**19.3.3. Индивидуальное задание**

**Задание 1.** Для сравнительного анализа предлагается рассмотреть функционал и особенности использования CRM систем, представленных на российском рынке (список примерный):

Битрикс24;  
АmoCRM;  
Мегаплан;  
МойСклад;  
WireCRM;  
RetailCRM;  
Salesap CRM;  
LPTracker  
Prostoy – CRM («Простой бизнес»)  
Envybox CRM

Для систем на сайтах производителей представлен обширный рекламно-справочный материал и демоверсии, на основании чего можно выполнить сравнительный анализ возможных решений. Нужно сформулировать критерии (не менее 5), по которым будут сравниваться системы.

В виде презентации представить результат сравнительного анализа, обязательно проанализировать стоимость и срок внедрения.

Проиллюстрировать реализацию маркетингового бизнес-процесса в системе.

**Задание 2.** Описать перспективные информационные технологии CRM - систем.

**Задание 3.** Системы веб-аналитики для сбора, визуализации и анализа данных (например, Яндекс-метрика).



#### **Задание 4.** Системы для проведения маркетинговых опросов в интернет.

##### **Критерии оценивания индивидуального задания:**

- оценка «зачтено» все задания выполнены в полном объеме и сделана презентация не менее 10 слайдов; работа оформлена в виде текстового файла, материал изложен грамотно и логично, в каждом задании имеются выводы. По тексту приведены скриншоты, иллюстрирующие работу системы.

- оценка «не зачтено», если тема не раскрыта или презентация отсутствует.

#### **19.3.4. Тематика докладов**

1. Причины потерь существующих клиентов финансовой компании?
2. Каналы взаимодействия с клиентами
3. Какую роль играет доходность для принятия решения об удержании клиента
4. Требования к специалистам для эффективного использования CRM-системы?
5. Критерии выбора поставщика в системе управления цепью поставки
6. Средства обслуживания клиентов для привлечения новых клиентов
7. Преимущества Интернет-технологии при управлении внешними связями по сравнению с другими средствами связи
8. От каких факторов зависит цена товара или услуги при динамическом ценообразовании?
9. Преимущества внедрения CRM-системы в телекоммуникационной компании для ее партнеров.
10. Какие показатели используются для оценки эффективности контакт-центра
11. Факторы использования Интернет-технологий в качестве эффективного канала взаимодействия
12. Функции системы СТИ

##### **Критерии оценивания доклада:**

- оценка «зачтено» - материал изложен грамотно и логично, имеются выводы. Доклад оформлен в виде текстового файла. По тексту приведены скриншоты, иллюстрирующие материал. Приведен список использованных источников

- оценка «не зачтено», если тема не раскрыта или обучающийся отказался отвечать.

#### **19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме защиты контрольной работы.

Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используются 2-х балльная шкала оценок. Критерии оценивания приведены выше.

#### Промежуточная аттестация с применением ДОТ

1. Промежуточная аттестация с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (далее – ЭО, ДОТ) проводится в рамках электронного курса, размещенного в ЭИОС (образовательный портал «Электронный университет ВГУ» (LMS Moodle, <https://edu.vsu.ru/>)).

2. Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета.

3. Обучающиеся, проходящие промежуточную аттестацию с применением ДОТ, должны располагать техническими средствами и программным обеспечением, позволяющим обеспечить процедуры аттестации. Обучающийся самостоятельно обеспечивает выполнение необходимых технических требований для проведения промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий.

4. Идентификация личности обучающегося при прохождении промежуточной аттестации обеспечивается посредством использования каждым обучающимся индивидуального логина и пароля при входе в личный кабинет, размещенный в ЭИОС ВГУ.