

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

**Арзамасский филиал**

Психолого-педагогический факультет

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
протокол № 11 от 25.12.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С  
КЛИЕНТАМИ**

*(наименование дисциплины)*

Уровень высшего образования  
бакалавриат

*(бакалавриат / магистратура / специалитет)*

Направление подготовки / специальность  
**38.03.02 Менеджмент**

*(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)*

Направленность образовательной программы  
**Управление предпринимательской деятельностью**

*(указывается профиль / магистерская программа / специализация)*

Форма обучения  
очная/очно-заочная

*(очная / очно-заочная / заочная)*

Г. Арзамас  
2025 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Управление взаимоотношениями с клиентами» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплинам по выбору.

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1.	Блок 1. Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5. Часть, формируемая участниками образовательных отношений	Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Управление взаимоотношениями с клиентами» относится к части ООП направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, формируемой участниками образовательных отношений.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-10 Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности	ПК-10.1 Проводит анализ внешней и внутренней среды, анализ конкурентоспособности организации во внешней среде с целью разработки стратегии развития организации.	<p><i>Знать основные инструменты построения взаимоотношения с клиентами</i></p> <p><i>Уметь проводить анализ взаимоотношения с клиентами для выявления направлений развития потенциала организации</i></p> <p><i>Владеть навыками формирования системы взаимоотношения с клиентами</i></p>	Тест Практическое задание
	ПК-10.2 Выявляет основные факторы экономического роста, оценивает эффективность формирования и использования производственного потенциала экономических субъектов.	<p><i>Знать основные инструменты построения взаимоотношения с клиентами</i></p> <p><i>Уметь проводить анализ взаимоотношения с клиентами для выявления направлений развития потенциала организации</i></p> <p><i>Владеть навыками формирования системы взаимоотношения с клиентами</i></p>	

	ПК-10.3 Представляет результаты решения стратегических и оперативных управленческих задач как в целом на уровне организации и ее подразделений, так и в отдельных функциональных областях менеджмента.		<i>Тест Практическое задание</i>
--	--	--	--------------------------------------

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очная форма обучения</b>	<b>Очно- заочная форма обучения</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>3 ЗЕТ</b>	<b>3 ЗЕТ</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<b>в том числе</b>		
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	<b>43</b>	<b>25</b>
<b>- занятия лекционного типа</b>	<b>14</b>	<b>16</b>

- занятия семинарского типа (практические занятия /лабораторные работы)	28	8
самостоятельная работа	65	83
КСР	1	1
Промежуточная аттестация	зачет	Зачет

### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе													
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы											Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				из них			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Всего							
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная					Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	
Тема 1 Введение в теорию управления взаимоотношениям и с клиентами	27	29		4	4		8	2				12	6		15	23	
Тема 2 Ведение клиентской базы данных	21	26		2	4		4	2				6	6		15	20	
Тема 3 CRM-системы и принципы работы с ними	27	26		4	4		8	2				12	6		15	20	
Тема 4 Место информации CRM-систем в маркетинговой деятельности организации	32	26		4	4		8	2				12	6		20	20	
В т.ч. текущий контроль	1	1															
Промежуточная аттестация -																	
Итого	108	108		14	16		28	8				42			65	83	

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Практическая подготовка предусматривает: разработку программы лояльности для организации. На проведение практических занятий в форме практической подготовки отводится **4 часа**.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: предпринимательство
- компетенций - ПК-10

### **ПРИМЕР ПРИКЛАДНОЙ ЗАДАЧИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ**

Сформировать концепцию программы лояльности для выбранной компании (по выбору студента)

**ЗАДАНИЕ 1. На основании предложенных данных провести сегментацию рынка и описать целевую аудиторию**

**ЗАДАНИЕ 2. Описать концепт программы лояльности**

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП:

<b>Тип задач профессиональной деятельности</b>	<b>Задачи профессиональной деятельности</b>	<b>Компетенция</b>	<b>Формируемые практические навыки</b>
предпринимательской	Организация и ведение предпринимательской деятельности.	ПК-10 Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности	<b>1.</b> Сегментация целевого рынка и описание целевой аудитории <b>2.</b> Формирование программы лояльности для выбранной целевой аудитории

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

#### **Критерии оценки**

<b>Критерии оценок</b>			
<b>отлично</b>	<b>хорошо</b>	<b>удовл.</b>	<b>неудовл.</b>
Практические навыки сформированы в полном объеме	Практические навыки сформированы в полном объеме, но с некоторыми недочетами.	Практические навыки сформированы не в полном объеме, и с негрубыми ошибками.	Практические навыки не сформированы. Имели место грубые ошибки.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Цель самостоятельной работы - формирование навыков непрерывного самообразования и профессионального совершенствования.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу

В рамках курса применяются следующие виды самостоятельной работы обучающегося – поиск и аналитическая обработка информации по заданным темам для подготовки проекта, подготовка докладов- презентаций, работа с основной и дополнительной литературой; изучение категориального аппарата дисциплины; самостоятельное изучение тем дисциплины; подготовка к зачету; работа в библиотеке; изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет.

### Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися
Тема 1 Введение в теорию управления взаимоотношениями с клиентами	работа с основной и дополнительной литературой; изучение категориального аппарата дисциплины, поиск информации, аналитическая обработка информации: подготовка к групповой дискуссии, анализу и обсуждению актуальных проблем, связанных с понятием взаимоотношения с клиентами	Методы поиска информации о потенциальных клиентах, исследование потребительского поведения
Тема 3 CRM-системы и принципы работы с ними	изучение сайтов по CRM-системам, сравнение различных систем	Виды CRM-систем
Тема 4 Место информации CRM-систем в маркетинговой деятельности организации	работа в библиотеке, в том числе и онлайн; изучение кейсов	Методы поиска и оценки рыночной информации, методы применения информации CRM-систем для повышения маркетинговой деятельности организации

#### Работа с основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

#### Изучение категориального аппарата дисциплины

Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение экономической терминологии в области компьютерного моделирования.

#### Самостоятельное изучение тем дисциплины

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала.

#### Подготовка докладов-презентаций по проработанным проектам

Написание докладов и подготовка презентации позволяет студентам глубже изучить темы курса, самостоятельно освоить изучаемый материал, пользуясь учебными пособиями и научными работами.

#### Подготовка к зачету

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проходит в виде зачета. Условием успешного прохождения промежуточной аттестации является систематическая работа студента в течение семестра. В этом случае подготовка к зачету является систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы.

Желательно спланировать трехкратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа. Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти.

#### Самостоятельная работа в библиотеке

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Эта работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет - в читальном зале;
- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

#### Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Необходимо помнить об оформлении ссылок на Интернет-источники.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов преподавателю целесообразно использовать следующие виды деятельности:

- консультации,
- выдача заданий на самостоятельную работу,
- информационное обеспечение обучения,
- контроль качества самостоятельной работы студентов.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся планируется создание электронного курса «Управление взаимоотношениями с клиентами» в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетво	Удовлетвор	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно

компетенций (индикатора достижения компетенций)		рительно	ительно				
	не зачтено		Зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки.	Продemonstr ированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonstr ированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстри рованы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстр ированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстр ированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстр ированы базовые навыки  при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстри рованы базовые навыки  при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстр ированы навыки  при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстр ирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
	<b>превосходно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне, выше предусмотренного программой
<b>зачтено</b>	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже



		«отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	<b>Плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

## 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 5.2.1 Контрольные вопросы для зачета

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Воронка продаж	ПК-10
2. Инструменты матричного анализа потребителей	ПК-10
3. Концепция CRM в маркетинге	ПК-10
4. Место CRM-системы в маркетинговой деятельности организации	ПК-10
5. Модели поведения потребителей	ПК-10
6. Набор данных о потребителях в маркетинговой деятельности компании	ПК-10
7. Подходы к организации данных в CRM-системе	ПК-10
8. Понятие взаимоотношений с клиентами	ПК-10
9. Применение MS Excel для анализа данных, полученных с помощью CRM-системы	ПК-10
10. Принципы построения работы с клиентами в рамках CRM-системы	ПК-10
11. Прогнозирование на основе CRM-системы	ПК-10
12. Структура информационных источников в CRM-системе	ПК-10
13. Формирование пакетов для электронной рассылки на основе CRM-системы	ПК-10
14. Формы и методы отображения информации в аналитике информации о клиентах	ПК-10
15. Целевые клиентские аудитории	ПК-10

### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПК-10

#### 1. Отметьте правильные высказывания:

- 1) основной причиной ухода клиентов к конкуренту является более низкая цена
- 2) в российских компаниях информация о клиентах в основном ведется в финансовой системе

- 3) цена привлечения нового клиента значительно больше цены удержания существующего клиента

**2. От чего зависит построение бизнес-процессов стратегии CRM?**

- 1) регламент работы
- 2) стратегии предприятия
- 3) применяемая автоматизированная система

**3. Правда ли, что ERP-система:**

- 1) автоматизирует бизнес-процессы предприятия
- 2) требуемой интеграции между ERP и CRM больше, чем между любыми другими системами
- 3) оптимизирует взаимодействие между подразделениями и сотрудниками

**4. Какой этап является неотъемлемой частью процесса внедрения проекта CRM?**

- 1) обучение персонала
- 2) конвертация данных
- 3) доработка системы CRM

**5. При каком виде маркетинга реакция на результаты маркетинговой кампании минимальна?**

- 1) Прямой маркетинг
- 2) маркетинг отношений
- 3) целевой маркетинг

**6. В чем заключается основная потребность руководителя при статусном сценарии внедрения CRM-стратегии?**

- 1) автоматизация рутинных операций
- 2) реализация условий, налагаемых внешними факторами
- 3) контроль эффективности
- 4) накопление и передача знаний
- 5) систематизация деятельности сотрудников
- 6) контроль за информацией

**7. На основе каких показателей рассчитывается ценность клиента финансовой компании?**

- 1) демография
- 2) доходность
- 3) корпоративные характеристики
- 4) потенциал его развития

**8. Какие определения целей для организации работы с CRM являются неправильными?**

- 1) внедрение единой базы данных клиентов
- 2) улучшение взаимодействия между департаментами
- 3) повышение прозрачности и управляемости бизнеса

**9. 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?**

- 1) к интегрированной информации, накопленной в этих CRM-системах
- 2) к информации, накопленной в системе сервисного обслуживания
- 3) к интегрированной информации, накопленной во всех существующих системах предприятия

**Критерии оценки**

Доля правильных ответов	Оценка
90-100%	Отлично
70-89%	Хорошо
55 – 69%	Удовлетворительно
Менее 54%	Неудовлетворительно

### **Практическое задание**

**Цель работы:** изучить методические основы применения CRM - систем в маркетинге и менеджменте.

**Задачи работы:** ознакомиться с особенностями применения CRM-систем в маркетинге и менеджменте, изучить основные показатели эффективности, составить перечень мероприятий, направленных на улучшение эффективности информационных ресурсов и систем, подготовить краткую аналитическую записку и сообщение на практическом занятии.

**Задание:**

- найти информационные ресурсы по выбранной системе

- Microsoft Dynamics CRM
- Sales Logix
- Siebel
- Sales Expert, Quick Sales
- Monitor CRM
- Papyc CRM
- 1С: Управление производственным предприятием 8.0 CRM
- Marketing Analytic
- КОНСИ
- Касатка
- ИНЭК-Партнер

- ознакомиться с описанием, структурой и особенностями системы;

- проанализировать практику ее применения;

- составить перечень мероприятий по внедрению CRM-системы на предприятии;

- подготовить краткую аналитику - достоинства системы, недостатки, выводы, предложения;

- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;

### **5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов**

**Темы эссе, рефератов и выступлений на практических занятиях  
(сформированность компетенции ПК-10)**

- 1) Основные принципы концепции CRM.
- 2) Чем концепция CRM отличается от концепции традиционного маркетинга?
- 3) Охарактеризуйте предпосылки возникновения клиенто-ориентированного подхода.
- 4) Характеристика основных типов CRM.
- 5) Процесс разработки стратегии CRM
- 6) Ценность, получаемая клиентом от компании
- 7) Лестница лояльности клиентов.
- 8) Типы клиентов
- 9) Экономика привлечения клиентов
- 10) Экономика удержания клиентов

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература:**

1. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : монография / Л.С. Латышова, И.В. Липсиц, О.К. Ойнер [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 241 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1058297. - ISBN 978-5-16-015796-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058297>
2. Горбатов, С. Обратная связь в бизнесе: честный диалог с клиентами и сотрудниками / Сергей Горбатов, Анджела Лэйн. — пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 344 с. - ISBN 978-5-9614-2788-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221814>
3. Кхалса, М. Честные продажи = клиенты навсегда: сделки, ориентированные на долгосрочные отношения / Махан Кхалса, Рэнди Иллиг ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 311 с. - ISBN 978-5-9614-2792-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1222530>

### **б) дополнительная литература:**

1. Бизнес-модели в управлении устойчивым развитием предприятий : учебник / А.Д. Бобрышев, В.М. Тумин, К.М. Тарабрин [и др.] ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. А.Д. Бобрышева, д-ра экон. наук, проф. В.М. Тумина. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 289 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/textbook\\_5b519180563f24.57747020](http://www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5b519180563f24.57747020). - ISBN 978-5-16-014167-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/991927>
2. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 288 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1450. - ISBN 978-5-16-005383-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1226832>

### **В) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)**

- программное обеспечение MS Office в составе Word, Power Point
- онлайн-ресурсы для создания презентаций
- информационно-справочная система «Консультант+»;

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютерная техника с подключением к сети «Интернет», экран, проектор для вывода мультимедиа материалов на экран, динамики для воспроизведения звука, доска

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа дисциплины «**Управление взаимоотношениями с клиентами**» составлена в соответствии с образовательным стандартом высшего образования (ОС ННГУ) бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ ННГУ от 17.05.2023 года № 06.49-04-0214/23).

Автор(ы):  
к.э.н., старший  
преподаватель

Митрофанова М.Н.

Рецензент (ы):  
к.и.н., доцент

Андреев О.Е.

Заведующий кафедрой: Акутина Светлана Петровна, доктор педагогических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 27.11.2024 г., протокол № 9.