

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт экономики и предпринимательства

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета ННГУ
протокол от «30» ноября 2022г. № 13

Рабочая программа дисциплины

Системы управления взаимоотношениями с
клиентами

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования
магистратура

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность
09.04.03 Прикладная информатика

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы
Интернет-технологии в экономике

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2023_год

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 "Системы управления взаимоотношениями с клиентами" относится к части ООП направления подготовки 09.04.03 "Прикладная информатика», формируемой участниками образовательных отношений.

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

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ПК-6 Способен управлять процессами и проектами по созданию (модификации) информационных ресурсов (сайт, портал) Интернет.	ПК-6.1 Знает основные понятия, цели и задачи CRM на предприятии	Знать Основные понятия системы взаимоотношений с клиентами Уметь анализировать цели и задачи CRM Владеть методами анализа и корректировки целей CRM	Тест, доклад
	ПК-6.2 Умеет внедрять и адаптировать прикладное программное обеспечение для использования CRM системы	Уметь. Использовать выбранный тип CRM предприятия Знать Основные виды CRM систем, инструменты, используемые для управления отношениями, с клиентами Владеть инструментами СКМ систем	тест
	ПК-6.3 Владеет современными языками программирования и методиками разработки и внедрения прикладного программного обеспечения для использования CRM	Уметь. Разрабатывать новые элементы управления взаимоотношениями с клиентами Знать Основные элементы и инструменты управления взаимоотношениями с клиентами Владеть Способами управления инструментами и элементами системы взаимоотношениями с клиентами	тест
ПК-7 Способен управлять интернет-проектами и	ПК-7.1 Знает основные информационные системы, используемые при управлении взаимоотношениями с клиентами	Знать основные виды информационных систем предприятия Уметь. Определять неконструктивные процессы и изменения во взаимоотношениях с клиентами Владеть инструментами влияния на неконструктивные процессы системы взаимоотношения с клиентами	доклад

компаниями, продвижением объектов в сети Интернет	<i>ПК-7.2</i> Умеет описывать структуру ИС по видам обеспечения	<i>Уметь использовать инструменты CRM системы для воздействия на клиентов Знать основные формы программного обеспечения системы взаимоотношения с клиентами Владеть инструментарием программного обеспечения системы взаимоотношениями с клиентами</i>	<i>доклад</i>
	<i>ПК-7.3</i> Владеет навыками оценки эффективности использования программного обеспечения CRM	<i>Знать показатели оценки программ CRM Уметь анализировать эффективность использования программ CRM Владеть методами оценки эффективности программ CRM</i>	<i>доклад</i>
<i>ПК-8</i> Способен проектировать информационные процессы и системы с использованием инновационных инструментальных средств	<i>ПК-8.1</i> Умеет проводить технич- экономические расчеты при обоснование проектных решений, составлять техническую документацию внедрения CRM	<i>Уметь разрабатывать стратегию использования CRM на предприятии Знать основные виды стратегий CRM на предприятии Владеть основными инструментами разработки стратегии CRM на предприятии</i>	<i>тест</i>
	<i>ПК-8.2</i> Умеет осуществлять моделирование прикладных процессов и предметной области	<i>Уметь использовать разработанные CRM системы на предприятии Знать инструменты разработки систем взаимоотношения с клиентами Владеть инструментами разработки системы взаимоотношений с клиентами</i>	<i>доклад</i>
	<i>ПК-8.3</i> Знать основные виды стратегий взаимоотношений с клиентами	<i>Знать Основные стратегии CRM Уметь анализировать эффективность используемой стратегии Владеть Инструментами оценки эффективности стратегии</i>	<i>доклад</i>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	_5_ ЗЕТ	_ ЗЕТ	_5_ ЗЕТ
Часов по учебному плану	180		180
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	32		20

- занятия лекционного типа	6		4
- занятия семинарского типа	24		14
самостоятельная работа	112		151
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	2		2

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	Очная	Очно-заочная
Очная					Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная
Тема 1 Введение в системы управления взаимоотношения с клиентами	31		23	2		1	4		2				6		3	25		20
Тема 2 Оперативная работа с клиентами и обработка полученных данных.	31		23	1		1	5		2				6		3	25		20
Тема 3 Организация оперативной работы с CRM-системой	31		27	1		1	5		2				6		3	25		24
Тема 4 Ведение клиентской базы данных	31		13	1		1	5		2				6		3	25		10
Тема 5 Анализ информации, полученной с помощью CRM-системы	18		14	1			5		4				6		4	12		10
Итого	180		180	6			24		12				30		17	112		151

1. Практические занятия (семинарские занятия /лабораторные работы) 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: *выполнение проекта, решение прикладной задачи кейса, деловой игры.*

На проведение практических занятий (семинарских занятий /лабораторных работ) в форме практической подготовки отводится _2 часа для очной формы и 1 часов для заочной формы обучения

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП:

Исследование перспективных направлений прикладной информатики; анализ и развитие методов управления информационными ресурсами;

Определение стратегии использования ИКТ для создания ИС в прикладных областях, согласованной со стратегией развития организации; адаптация и развитие прикладных ИС на всех стадиях жизненного цикла

Организация и управление информационными процессами.

- компетенций - ПК-6, ПК-7, ПК-8

Промежуточная аттестация проходит в форме экзамена

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся ПРОПУСТИЛА ТЕКСТ

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс "Система управления взаимоотношениями с клиентами», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>,

<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4418>

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

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине, включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

ПК-6. Способен управлять процессами и проектами по созданию (модификации) информационных ресурсов (сайт, портал) Интернет.

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	Превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u> <i>Знает основные виды рекламных компаний,</i>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе	Уровень знаний в объеме,

<i>применяемых в сети интернет</i>	полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	грубые ошибки.	негрубых ошибки.	Допущено несколько негрубых ошибок	Допущено несколько несущественных ошибок	подготовки, без ошибок.	превышающую программу подготовки.
<u>Умения</u> <i>Умеет разрабатывать структуру и этапы рекламной компании в сети интернет</i>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u> <i>Владеет современным и инструментами разработки рекламных кампаний</i>	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	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

ПК-7. Способен управлять интернет-проектами и компаниями, продвижением объектов в сети Интернет

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	Превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u> <i>Знает основные этапы разработки бренда</i>	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, превышающий программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие	При решении	Продemonстр	Продemonстри	Продemonстри	Продemonстр	Продemonстр

<i>Умеет разрабатывать стратегию рекламной компании в сети интернет</i>	минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	ированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	рованы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	рованы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	ированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	ированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u> <i>Владеет инструментами оценки эффективности силы бренда</i>	Отсутствия 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	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

ПК-8. Способен проектировать информационные процессы и системы с использованием инновационных инструментальных средств.

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	Превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u> <i>Знает основные инновационные средства использования информационных систем</i>	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> <i>Умеет использовать основные инновационные средства информационных систем</i>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания,	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами,	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без

			но не в полном объеме.	полном объеме, но некоторые с недочетами.	некоторые с недочетами.	выполнены все задания в полном объеме.	недочетов
<u>Навыки</u> Владеет современным и инструментами информационных систем	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	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	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»
	Очень хорошо	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»
	Хорошо	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»
	Удовлетворительно	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»
не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	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

вопросы	Код формируемой компетенции
1. Что представляет собой концепция CRM в маркетинге?	ПК-6

2.	Какова структура организации данных в CRM-системе?	ПК-7
3.	Какие задачи оперативные и аналитические решает CRM-система	ПК-6
4.	Какова структура организации данных в CRM-системе?	ПК-6
5.	Как настраиваются справочники CRM-системы?	ПК-6
6.	Как формируется и что включает классификатор товаров?	ПК-6
7.	Как формируется структура пользователей (сбыта)?	ПК-7
8.	Как формируется структура информационных источников (элементов продвижения)?	ПК-6
9.	Как формируются пакеты для электронной рассылки?	ПК-6
10.	Какие инструменты используются для матричного анализа?	ПК-7
11.	Какие формы и методы отображения информации используются в аналитике информации о клиентах?	ПК-8
12.	Как анализируется динамика временных экономических рядов, как строятся прогнозы?	ПК-7
13.	Как организуется работа с клиентами?	ПК-7
14.	Как формируются отчеты?	ПК-6
15.	Как формируется база знаний?	ПК-8
16.	Как формируется и используется воронка продаж?	ПК-8
17.	Какие аналитические средства MS Excel могут применяться для анализа данных, полученных с помощью CRM-системы?	ПК-7
18.	Как проводится статистический и графический анализ?	ПК-8
19.	Как проводится анализ с помощью сводных таблиц?	ПК-8

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции

Тестовые задания для сформированности компетенции _ПК-6_____

1. Отметьте правильные высказывания:

- основной причиной ухода клиентов к конкуренту является более низкая цена
- в российских компаниях информация о клиентах в основном ведется в финансовой системе
- 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) ERP-система автоматизирует бизнес-процессы предприятия
- 2) степень требуемой интеграции между ERP и CRM больше, чем между любыми другими системами
- 3) ERP-система оптимизирует взаимодействие между подразделениями и сотрудниками

4. На что ориентирована система материально-технического снабжения?

- 1) постоянное приобретение идентичного набора товаров и материалов, специфичных для производственной деятельности предприятия
- 2) единовременные закупки практически любого товара или материалов, необходимые предприятию в текущий момент времени

- 3) единовременные закупки практически любого товара или материалов, специфичных для производственной деятельности предприятия

5. Какой этап является неотъемлемой частью процесса внедрения проекта CRM?

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

Тестовые задания для оценки сформированности компетенции _ПК-7_

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

1. Прямой маркетинг
2. маркетинг отношений
3. целевой маркетинг

2. 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

3. На основе каких показателей рассчитывается ценность клиента финансовой компании?

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

4. Какие определения целей являются неправильными?

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

5. 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

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции

Задания для сформированности компетенции ПК-8

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 выбранному варианту задания;
- ознакомиться с описанием, структурой и особенностями системы;
- проанализировать практику ее применения;
- составить перечень мероприятий по внедрению CRM-системы на предприятии;
- подготовить краткую аналитическую записку (цель, задачи работы, найденные ресурсы и их краткая характеристика, достоинства, недостатки, выводы, предложения;
- подготовить сообщение (презентацию) на практическом занятии;
- ответить на контрольные вопросы.

Варианты задания

Наименование CRM - системы

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

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы рефератов для сформированности компетенции ПК-6

1. Что такое CRM? Дайте определение этому термину с точки зрения концепции и информационной технологии.

2. Назовите основные принципы концепции CRM.

3. Чем концепция CRM отличается от концепции традиционного маркетинга?

4. Перечислите и охарактеризуйте предпосылки возникновения клиенто-ориентированного подхода.

5. Какова роль клиенто-ориентированного подхода в концепции маркетинга отношений?

6. Расскажите про историю возникновения и развития подхода CRM в России.

7. Назовите и дайте характеристику основным типам CRM.

8. Раскройте понятие e-CRM.

Раздел 2 Процесс разработки стратегии CRM

1. Что представляет собой процесс разработки стратегии CRM, из каких частей состоит?

2. Охарактеризуйте бизнес-стратегию как часть процесса разработки стратегии CRM.

3. Что такое бизнес-видение? Из каких элементов состоит?

4. Назовите отраслевые и конкурентные характеристики в рамках процесса разработки CRM-стратегии.

5. Расскажите про модель отраслевого анализа.

6. Расскажите про модель общих стратегий.

7. Расскажите про модель лидеров рынка.

8. Расскажите про стратегию лидерства по издержкам.

9. Расскажите про стратегию дифференциации.

10. Расскажите про стратегию фокусирования.

11. Расскажите про стратегию лидерства по операциям.

12. Расскажите про стратегию лидерства по продукту.

13. Расскажите про стратегию близости к клиенту.

14. Охарактеризуйте клиентскую стратегию.

Темы рефератов для сформированности компетенции ПК-7

1. Что представляет собой процесс разработки стратегии CRM, из каких частей состоит?

2. Охарактеризуйте бизнес-стратегию как часть процесса разработки стратегии CRM.

3. Что такое бизнес-видение? Из каких элементов состоит?

4. Назовите отраслевые и конкурентные характеристики в рамках процесса разработки CRM-стратегии.

5. Расскажите про модель отраслевого анализа.

6. Расскажите про модель общих стратегий.

7. Расскажите про модель лидеров рынка.
8. Расскажите про стратегию лидерства по издержкам.
9. Расскажите про стратегию дифференциации.
10. Расскажите про стратегию фокусирования.
11. Расскажите про стратегию лидерства по операциям.
12. Расскажите про стратегию лидерства по продукту.
13. Расскажите про стратегию близости к клиенту.
14. Охарактеризуйте клиентскую стратегию.

Темы рефератов для сформированности компетенции ПК-8

1. Охарактеризуйте ценность, получаемую клиентом от компании, в чем она заключается?
2. Назовите уровни предложения.
3. Расскажите про модель дополнительных услуг.
4. Расскажите про лестницу лояльности клиентов.
5. Какова роль клиентов-«адвокатов»?
6. Какова роль клиентов-«террористов»?
7. Каким образом бренд участвует в образовании ценности для клиентов?
8. какие существуют способы оценки ценности, получаемой клиентами от компании?
9. Охарактеризуйте ценность, получаемую компанией от клиента.
10. Назовите классификацию клиентов по их прибыльности.
11. В чем суть экономики привлечения клиентов?
12. В чем суть экономики удержания клиентов?
13. Что выгоднее: привлекать новых или удерживать старых клиентов и почему?
14. Расскажите про модель оптимизации удержания клиентов.
15. Расскажите про модель ACURA, каково ее значение?

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Пол Гринберг. CRM со скоростью света. Привлечение и удержание клиентов в реальном времени через Интернет. /Бизнес 21 века/ 2016
2. Рязанцев А. Как внедрить CRM-систему за 50 дней. /Книжный дом / ISBN: 978-5-370-03957-7/ 2018

б) дополнительная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. —

Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433656> (дата обращения: 30.04.2020).

2. Назайкин А. Эффективная продажа рекламы в интернете, прессе, на телевидении и радио. — М.: Солон_Пресс, 2017. 324 с.

3. Никонов В., Полонейчик И. Магнетические тесты. Как убеждать, «соблазнять» словом и зарабатывать на этом деньги. — М.: Омега-Л, 2017. 156 с.

4. Нилова Л. Поп-арт маркетинг: Insta-грамотность и контент-стратегия. — М.: АСТ, 2017. 288 с.

5. Нордфальт Й. Ритейл-маркетинг. Практики и исследования. — М.: Альпина Паблишер, 2017. 512 с.

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

1. <http://www.crmonline.ru>
2. <http://www.crm-portal.ru>
3. <http://www.crmGURU.ru>
4. <http://www.iteam.ru>
5. <http://www.basegroup.ru>
6. MS Office;
7. ЭБС znanium.com;
8. ЭБС «biblio-online.ru».

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 составлена в соответствии с требованиями СУОС ННГУ ВО по направлению подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика», программа «Интернет технологии в экономике».

**программа одобрена на заседании кафедры ИТИМЭ «14» ноября 2022 г.,
протокол № 6**

Автор к.э.н., доцент

А.А. Абросимова

Рецензент (ы):

к.э.н, ст. специалист отдела
электронных платежей
департамента информатизации
ПАО "НБД – банк"
Заведующий кафедрой ИТИМЭ

А.Н. Визгунов

д.э.н., профессор

Ю.В. Трифонов