

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

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Управление взаимоотношениями с клиентами

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

38.03.02 - Менеджмент

Направленность образовательной программы

Менеджмент организации

Форма обучения

очная, очно-заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02.05 Управление взаимоотношениями с клиентами относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. 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 | Для текущего контроля успеваемости | Для промежуточной аттестации |
| ПК-10: Способен к разработке предложений для выработки стратегии развития организации, планированию маркетинговой и рекламной деятельности | ПК-10.2: Выявляет основные факторы экономического роста, оценивает эффективность формирования и использования производственного потенциала экономических субъектов | ПК-10.2: Знать основные инструменты построения взаимоотношения с клиентами Уметь проводить анализ взаимоотношения с клиентами для выявления направлений развития потенциала организации Владеть навыками формирования системы взаимоотношения с клиентами | Практическое задание Тест | Зачёт: Контрольные вопросы Эссе |

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

| | очная | очно-заочная |
|--|------------|--------------|
| Общая трудоемкость, з.е. | 3 | 3 |
| Часов по учебному плану | 108 | 108 |
| в том числе | | |
| аудиторные занятия (контактная работа): | | |
| - занятия лекционного типа | 14 | 16 |
| - занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы) | 28 | 8 |
| - КСР | 1 | 1 |
| самостоятельная работа | 65 | 83 |
| Промежуточная аттестация | 0 Зачёт | 0 Зачёт |

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

| Наименование разделов и тем дисциплины | Всего (часы) | | в том числе | | | | | | | | |
|--|--------------|------------------|--|------------------|--|------------------|-------------|------------------|---|------------------|--|
| | | | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них | | | | | | Самостоятельная работа обучающегося, часы | | |
| | | | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы | | Всего | | | | |
| | о ф о | о з ф о | о ф о | о з ф о | о ф о | о з ф о | о ф о | о з ф о | о ф о | о з ф о | |
| Тема 1. Введение в теорию управления взаимоотношениями | 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 | |
| Аттестация | 0 | 0 | | | | | | | | | |
| КСР | 1 | 1 | | | | | | 1 | 1 | | |
| Итого | 108 | 108 | 14 | 16 | 28 | 8 | 43 | 25 | 65 | 83 | |

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Введение в теорию управления взаимоотношениями с клиентами. Основные понятия. возникновение и развитие теории построения отношений с клиентами, основные подходы.

Тема 2. Ведение клиентской базы данных. Понятие базы данных. Поведение потребителей.

Тема 3. CRM-системы и принципы работы с ними. Понятие и виды CRM-систем. Принципы работы с CRM-системами.

Тема 4. Место информации CRM-систем в маркетинговой деятельности организации. Методы сбора информации. CRM в маркетинге с учетом отраслевой специфики

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "Управление взаимоотношениями с клиентами" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=11484>).

Иные учебно-методические материалы: 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.

Это 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.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-10:

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
- Парус 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;

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

| Оценка | Критерии оценивания |
|-------------------|--|
| превосходно | задание выполнено полностью, продемонстрированы обширные знания в предметной сфере |
| отлично | задание выполнено полностью |
| очень хорошо | задание выполнено полностью с незначительными недочетами |
| хорошо | задание выполнено полностью, имеются незначительные недоработки, которые не искажают результат |
| удовлетворительно | задание выполнено с недочетами |

| Оценка | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| неудовлетворительно | задание не выполнено или выполнено не корректно |
| плохо | задание не выполнено |

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Тест) 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 оценивания (оценочное средство - Тест)

| Оценка | Критерии оценивания |
|------------|-------------------------------------|
| зачтено | доля правильных ответов более 60% |
| не зачтено | доля правильных ответов от 1 до 59% |

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

| Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций) | плохо | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | очень хорошо | отлично | превосходно |
|--|--|---|--|---|---|---|--|
| | не зачтено | | зачтено | | | | |
| <u>Знания</u> | Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки | 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 подготовки | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. |

| | | | | | | | |
|---------------|--|--|--|---|--|--|--|
| | вследствие отказа обучающегося от ответа | | негрубых ошибок | . Допущено несколько негрубых ошибок | . Допущено несколько несущественных ошибок | и. Ошибок нет. | |
| <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 | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов |
| <u>Навыки</u> | Отсутствие базовых навыков. 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 некоторым и недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и 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 |

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

| Оценка | | Уровень подготовки |
|------------|----------------------------|--|
| зачтено | превосходно | 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 |
| | отлично | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично». |
| | очень хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо» |
| | хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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». |
| | плохо | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо» |

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-10

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

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

| Оценка | Критерии оценивания |
|------------|---|
| зачтено | даны верные ответы хотя бы на один вопрос из билета |
| не зачтено | не даны верные ответы ни на один вопрос из билета |

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Эссе) для оценки сформированности 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

Критерии оценивания (оценочное средство - Эссе)

| Оценка | Критерии оценивания |
|------------|---|
| зачтено | предоставлено эссе, оригинальность текста более 80%, верные ответы на вопросы по работе |
| не зачтено | эссе не предоставлено |

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Латышова Людмила Сергеевна. Клиентоориентированность: исследования, стратегии, технологии : Монография / Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"; Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики". - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021. - 241 с. - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-015796-2. - ISBN 978-5-16-108283-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=769339&idb=0>.
2. Горбатов С. Обратная связь в бизнесе: Честный диалог с клиентами и сотрудниками : монография / Горбатов С.; Лэйн А. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 344 с. - ISBN 978-5-9614-2788-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=774837&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Кхалса Махан. Честные продажи = клиенты навсегда: сделки, ориентированные на долгосрочные отношения : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 311 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-9614-2792-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=740926&idb=0>.
2. Бизнес-модели в управлении устойчивым развитием предприятий : Учебник; Учебник / Центральный научно-исследовательский институт судостроительной промышленности "Центр"; Тамбовский завод "Октябрь"; АРСИЭНТЕК; Волго-Донсельхозинвест; Центральный научно-исследовательский институт судостроительной промышленности "Центр"; Московский политехнический университет; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ; Российский государственный гуманитарный университет РГГУ. - 1. -

Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023. - 289 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-014167-1. - ISBN 978-5-16-106656-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=835940&idb=0>.

3. Рыжикова Тамара Николаевна. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : Учебное пособие / Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 288 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-005383-7. - ISBN 978-5-16-100661-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=792136&idb=0>.

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 (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

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 ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.03.02 - Менеджмент.

Автор(ы): Ангелова Ольга Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.12.2023, протокол № 6.