

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Московский физико-технический институт
(национальный исследовательский университет)»**

УТВЕРЖДЕНО

**Директор физтех-школы
прикладной математики и
информатики**

А.М. Райгородский

Рабочая программа дисциплины (модуля)

по дисциплине:	Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами
по направлению:	Бизнес-информатика
профиль подготовки:	Цифровая трансформация бизнеса
	Физтех-школа Прикладной Математики и Информатики
	кафедра корпоративных информационных систем
курс:	1
квалификация:	магистр

Семестр, формы промежуточной аттестации: 1 (осенний) - Дифференцированный зачет

Аудиторных часов: 60 всего, в том числе:

лекции: 30 час.

семинары: 30 час.

лабораторные занятия: 0 час.

Самостоятельная работа: 75 час.

Всего часов: 135, всего зач. ед.: 3

Программу составил: Н.Ю. Старичков, заместитель заведующего кафедрой

Программа обсуждена на заседании кафедры корпоративных информационных систем 04.06.2021

Аннотация

Дисциплина “Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами” направлена на формирование целостного представления о методах автоматизации продаж, маркетинга и обслуживания клиентов с использованием прикладного решения «1С:ERP Управление предприятием 2». По ходу освоения программы курса студенты изучат основные подходы к управлению продажами, маркетингом, а также средства автоматизации этих процессов. Помимо теоретических знаний студенты будут получать практические задания, которые помогут практиковаться в использовании прикладного решения на примере управления проектными продажами и оптовой торговлей.”

В дисциплине рассматриваются следующие темы:

- Управление взаимоотношениями с клиентами;
- Основные компоненты CRM-решения;
- Основные критерии выбора CRM-системы. Технология внедрения CRM-системы;
- Сквозной пример для проектной и позаказной деятельности;
- Сквозной пример для оптовой торговли, работа с сетевыми заказчиками.

Заключительным этапом всего курса является дифференцированный зачет, целью которого является проверка знаний студентов по теории и выявление практических навыков, полученных при выполнении практических заданий.

1. Цели и задачи

Цель дисциплины

Сформировать целостное представление о методах автоматизации продаж, маркетинга и обслуживания клиентов с использованием прикладного решения «1С:ERP Управление предприятием 2».

Задачи дисциплины

- получить представление об управлении продажами и взаимоотношениями с клиентами;
- рассмотреть функциональность CRM и задачи, решаемые с его помощью;
- приобрести практические навыки автоматизации задач управления продажами и взаимоотношениями с клиентами.

2. Перечень формируемых компетенций

Освоение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-4 Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнёрами в процессе решения задач профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Способен анализировать и интерпретировать ситуацию в среде профессиональной деятельности
	ОПК-4.2 Умеет принимать организационно-управленческие решения с учетом состояния среды бизнеса организации, их организационной эффективности и социальной значимости
ПК-10 Способен руководить проектированием, разработкой, внедрением, эксплуатацией информационно-технологической инфраструктуры и программного обеспечения	ПК-10.1 Понимает стандарты, методы и технологии проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации информационно-технологической инфраструктуры и программного обеспечения на всех этапах жизненного цикла
	ПК-10.2 Решает задачи управления проектированием, разработкой, внедрением и эксплуатацией информационно-технологической инфраструктуры и программного обеспечения

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны знать:

- основную функциональность систем управления взаимоотношениями с клиентами;
- методы управления продажами;
- подходы к использованию CRM-функциональности 1С:ERP Управление предприятием в управлении продажами для разных типов предприятий.

уметь:

- использовать функционал CRM-решений для управления продажами и взаимоотношениями с клиентами;

владеть:

- практическими навыками управления проектами внедрения информационных систем на базе 1С:ERP.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины (модуля) и трудоемкости по видам учебных занятий

№	Тема (раздел) дисциплины	Трудоемкость по видам учебных занятий, включая самостоятельную работу, час.			
		Лекции	Семинары	Лаборат. работы	Самост. работа
1	Управление взаимоотношениями с клиентами.	2	2		10
2	Основные компоненты CRM-решения.	4	4		10
3	Основные критерии выбора CRM-системы. Технология внедрения CRM-системы.	8	8		15
4	Сквозной пример для проектной и позаказной деятельности.	8	8		20
5	Сквозной пример для оптовой торговли, работа с сетевыми заказчиками.	8	8		20
Итого часов		30	30		75
Подготовка к экзамену		0 час.			
Общая трудоёмкость		135 час., 3 зач.ед.			

4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

Семестр: 1 (Осенний)

1. Управление взаимоотношениями с клиентами.

Понятие CRM. Функциональные возможности. История CRM-решений. Место CRM в российском бизнесе.

2. Основные компоненты CRM-решения.

Клиентская база. Управление контактами. Управление продажами. Управление маркетингом. Омниканальность. Поддержка и обслуживание клиентов. Интеграция с другими системами и синхронизация данных. Управление электронной торговлей. Управление мобильными продажами и сервисом.

3. Основные критерии выбора CRM-системы. Технология внедрения CRM-системы.

Типы CRM-систем. Возможность доработки дополнительных модулей. Доступность услуг по внедрению и сопровождению. Совокупная стоимость владения. Омниканальность. Удаленное рабочее место и мобильность. Подготовка к внедрению. Этапы внедрения. Предпроектное обследование. Проектирование и разработка. Настройка. Тестирование. Разработка эксплуатационной документации. Внедрение.

4. Сквозной пример для проектной и позаказной деятельности.

Описание предприятия и задач. Особенности проектных продаж. Организация предпродажной работы. Сделка с клиентом. Планирование проектных продаж. Расчет предварительной стоимости заказа. Маркетинговые мероприятия. Постпродажное обслуживание клиентов.

5. Сквозной пример для оптовой торговли, работа с сетевыми заказчиками.

Описание предприятия и задач. Особенности работы с сетевыми заказчиками. Структура сети. Планирование и контроль. Ценообразование. Работа с конкурентами. Обратная связь при работе с сетями. Организация работы с торговыми представителями.

5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория, оснащенная компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и мультимедийным оборудованием (проектор, звуковая система) для проведения занятий лекционного и семинарского типа.

6. Перечень рекомендуемой литературы

Основная литература

Основная литература

1. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли : учебник для прикладного бакалавриата / А. М. Магомедов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 323 с. - (Бакалавр. Прикладной курс). - ISBN 978-5-534-05732-4. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/441445>.

Дополнительная литература

Дополнительная литература

1. Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. Э. Новиков. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 184 с. - (Бакалавр и магистр. Модуль). - ISBN 978-5-534-01012-1. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/433013>.
2. Черкашин П.А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) / П.А. Черкашин. - Москва : Национальный Открытый Университет ИНТУИТ, 2016. - 420 с. - ISBN 978-5-94774-643-3. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/363219/reading> - Текст: электронный.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронный журнал «Управляем предприятием»: <http://consulting.1c.ru/e-journal>
2. Официальный сайт системы программ «1С:Предприятие 8»: <http://v8.1c.ru>

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

На занятиях используются мультимедийные технологии, включая демонстрацию презентаций.

Для контроля и коррекции знаний обучающиеся могут использовать компьютерное тестирование.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические рекомендации позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс обучения. В структуре учебного плана значительное время отводится на самостоятельное изучение данной дисциплины. В рабочей программе приведено примерное распределение часов аудиторной и внеаудиторной нагрузки по различным темам данной дисциплины.

Для успешного освоения данной дисциплины студенту необходимо:

- посещать семинары, при этом конспектирование материалов не является необходимым, поскольку основные материалы хранятся в кафедральной папке;
- выполнять задания, задаваемые преподавателем на семинарах;
- выполнить итоговое письменное задание по дисциплине, которое вносит основной вклад в изучение дисциплины, а также в итоговую оценку по данному курсу.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

по направлению: Бизнес-информатика
профиль подготовки: Цифровая трансформация бизнеса
Физтех-школа Прикладной Математики и Информатики
кафедра корпоративных информационных систем
курс: 1
квалификация: магистр

Семестр, формы промежуточной аттестации: 1 (осенний) - Дифференцированный зачет

Разработчик: Н.Ю. Старичков, заместитель заведующего кафедрой

1. Компетенции, формируемые в процессе изучения дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-4 Способен управлять взаимодействием с клиентами и партнёрами в процессе решения задач профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Способен анализировать и интерпретировать ситуацию в среде профессиональной деятельности
	ОПК-4.2 Умеет принимать организационно-управленческие решения с учетом состояния среды бизнеса организации, их организационной эффективности и социальной значимости
ПК-10 Способен руководить проектированием, разработкой, внедрением, эксплуатацией информационно-технологической инфраструктуры и программного обеспечения	ПК-10.1 Понимает стандарты, методы и технологии проектирования, разработки, внедрения и эксплуатации информационно-технологической инфраструктуры и программного обеспечения на всех этапах жизненного цикла
	ПК-10.2 Решает задачи управления проектированием, разработкой, внедрением и эксплуатацией информационно-технологической инфраструктуры и программного обеспечения

2. Показатели оценивания компетенций

В результате изучения дисциплины «Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами» обучающийся должен:

знать:

- основную функциональность систем управления взаимоотношениями с клиентами;
- методы управления продажами;
- подходы к использованию CRM-функциональности 1C:ERP Управление предприятием в управлении продажами для разных типов предприятий.

уметь:

- использовать функционал CRM-решений для управления продажами и взаимоотношениями с клиентами;

владеть:

- практическими навыками управления проектами внедрения информационных систем на базе 1C:ERP.

3. Перечень типовых (примерных) вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

1. Управление взаимоотношениями с клиентами
2. Основные компоненты CRM-решения.
3. Основные критерии выбора CRM-системы.
4. Технология внедрения CRM-системы.

4. Перечень типовых (примерных) вопросов и тем для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1. Дайте определение управлению взаимоотношениями с клиентами.
2. ABC-анализ.
3. XYZ-анализ.
4. Функциональные возможности CRM-решений.
5. Клиентская база. Управление контактами.
6. BCG-матрица.
7. Анализ потребностей клиентов.
8. Организация продаж с помощью бизнес-процессов.

9. Анализ продаж с помощью "Воронки продаж". Конверсия "Воронки продаж"
10. Управление маркетингом.
11. Поддержка и обслуживание клиентов.
12. Интеграция CRM с другими системами и синхронизация данных.
13. Управление электронной торговлей.
14. Управление мобильными продажами и сервисом.
15. Типы CRM-систем.
16. Планирование проектных продаж.
17. Постпродажное обслуживание.
18. Особенности управления продажами в оптовой торговле с сетевыми заказчиками.
19. Этапы внедрения CRM-системы.

Критерии оценивания

- оценка «отлично (10)» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений
- оценка «отлично (9)» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений
- оценка «отлично (8)» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение применять их на практике при решении конкретных задач, и правильное обоснование принятых решений
- оценка «хорошо (7)» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;
- оценка «хорошо (6)» выставляется студенту, если он знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;
- оценка «хорошо (5)» выставляется студенту, если он знает материал, и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;
- оценка «удовлетворительно (4)» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;
- оценка «удовлетворительно (3)» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет фрагментарно основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;
- оценка «неудовлетворительно (2)» выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач
- оценка «неудовлетворительно (1)» выставляется студенту, который не знает формулировок основных понятий дисциплины.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

При проведении дифференцированного зачета обучающемуся предоставляется 30 минут на подготовку.

Во время проведения дифференцированного зачета обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, а также справочной литературой или другими материалами.