

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Кафедра торгового дела и
маркетинга**

наименование кафедры

Ю.Ю. Сулова

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
УПРАВЛЕНИЕ
ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С
КЛИЕНТАМИ (CRM):
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ**

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 Управление взаимоотношениями с
клиентами (CRM): организация продаж

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

Год набора

очно-заочная

2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

380000 «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.06 Торговое дело

очно-заочная форма обучения

2021 год набора

Программу
составили

к.э.н, Доцент, Петрученя И.В

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью дисциплины является формирование у учащихся навыков организации работы, сбора и анализа маркетинговой информации с помощью систем управления взаимоотношениями с клиентами

1.2 Задачи изучения дисциплины

К основным задачам изучения дисциплины "Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM): организация продаж" относятся:

- изучение сущности управления взаимоотношениями с клиентами;
- освоение методов и форм организации управления взаимоотношениями с клиентами;
- исследование методик управления взаимоотношениями с клиентами;
- формирование теоретических и практических навыков по использованию основных приемов управления взаимоотношениями с клиентами;

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ПК-12:Способен организовывать и осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
ПК-12.1:Способен организовывать продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
Уровень 1	Знать: роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний
Уровень 1	Уметь: находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность
Уровень 1	Владеть: методами организации продаж, в том числе с помощью современных информационных технологий
ПК-12.2:Способен осуществлять продажи, в том числе с помощью современных информационных технологий	
Уровень 1	Знать: современные технологии в области осуществления продаж, в том числе с помощью современных информационных технологий и программных средств
Уровень 1	Уметь: выбирать и применять современные технологии (в том числе информационные) в сфере продаж

Уровень 1	Владеть: практическими навыками применения различных техник и технологий в области продаж
ПК-13:Способен обеспечивать разработку каналов сбыта и управлять проектами по поставкам и продвижению товаров к потребителям	
ПК-13.1:Способен осуществлять разработку каналов сбыта	
Уровень 1	Знать: формализованные процедуры работы с реальными и потенциальными клиентами предприятия
Уровень 1	Уметь: разрабатывать и реализовывать план привлечения клиентов, вести переговоры и убеждать клиента в необходимости и преимуществах использования предлагаемого продукта
Уровень 1	Владеть: тактическим инструментарием привлечения клиентов на предприятия
ПК-13.2:Способен управлять проектами по поставкам и продвижению товаров к потребителям	
Уровень 1	об оперативных и аналитических CRM-системах, возможности использования CRM-систем для заведения и представления маркетинговой информации, мониторинга текущего состояния заказов и клиентов
Уровень 1	Уметь: рассчитывать прибыль для предприятия от клиентов, составлять бюджет клиента на планируемый период
Уровень 1	Владеть: методикой управления поставками товаров по заключенным договорам

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Бизнес-процессы коммерческой деятельности торгового предприятия

Бизнес-планирование на предприятии торговли

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		8
Общая трудоемкость дисциплины	2 (72)	2 (72)
Контактная работа с преподавателем:	0,61 (22)	0,61 (22)
занятия лекционного типа	0,33 (12)	0,33 (12)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия		
практикумы		
лабораторные работы	0,28 (10)	0,28 (10)
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	1,39 (50)	1,39 (50)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Нет	Нет
Промежуточная аттестация (Зачёт)		

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами	4	0	0	8	ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-13.1
2	Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами	4	0	2	8	ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-13.1
3	Тема 3. Процесс многоканального взаимодействия. Омниканальный подход	2	0	2	16	ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-13.1
4	Тема 4. Практическое внедрение CRM в компании	2	0	6	18	ПК-12.1 ПК-12.2 ПК-13.1 ПК-13.2
Всего		12	0	10	50	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме

1	1	Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами.	4	0	0
2	2	Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами	4	0	0
3	3	Тема 3. Процесс многоканального взаимодействия. Омниканальный подход	2	0	0
4	4	Тема 4. Практическое внедрение CRM в компании	2	0	0
Всего			12	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	2	Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами	2	0	0
2	3	Тема 3. Процесс многоканального взаимодействия. Омниканальный подход	2	0	0
3	4	Тема 4. Практическое внедрение CRM в компании	6	0	0
Всего			10	0	0

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Куимов В. В., Сулова Ю. Ю., Щербенко Е. В., Владимирова О. Н., Янкина И. А., Ананьева Н. В., Батраева Э. А., Берг Т. И., Боровинский Д. В., Дягель О. Ю., Конева О. В., Рубан О. В., Нечушкина Е. А., Багузова Л. В., Смоленцева Л. Т., Куимов В. В.	Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка: учебник	Москва: ИНФРА-М, 2018
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Боровинский Д. В., Куимов В. В.	Организация закупочной деятельности в коммерческом предприятии. Синергетический эффект интеграции (современные методики расчетов)	Красноярск: СФУ, 2014

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

Э1	http://www.prodaji.ru/	http://www.prodaji.ru/
Э2	Битрикс24.CRM	https://helpdesk.bitrix24.ru/?_ga=2.185675950.689213173.1611335643-1917322556.1611335643

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Основная цель освоения содержания дисциплины получить теоретические знания в ходе лекционных занятий и семинаров, закрепить их в процессе систематической самостоятельной работы и сформировать знания, умения и владения в соответствии с компетенциями в учебной программе:

Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- подготовку к семинарским занятиям;
- работу с электронными учебными ресурсами Интернет-депозитария;
- изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине;
- написание контрольной работы;
- индивидуальные или групповые консультации по наиболее сложным вопросам;
- подготовка к зачету.

Система оценивания работы студента по освоению содержания дисциплины состоит из текущего контроля и промежуточной аттестации в форме зачёта.

Оценка знаний производится по 100-балльной шкале в соответствии с критериями СФУ.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
9.1.2	Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант».
9.2.2	На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

9.2.3	Обучающимся должен быть также обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:
9.2.4	1. Российский ресурсный центр учебных кейсов [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : http://www.gsom.spbu.ru/umc .
9.2.5	2. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : http://encycl.yandex.ru .
9.2.6	3. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – сайт. – Режим доступа : http://www.aup.ru .
9.2.7	4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : http://elibrary.ru/project_authors.asp? .
9.2.8	5. Справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : www.consultant.ru .
9.2.9	6. Справочная правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : www.garant.ru .

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы студентов, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).