

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)

38.03.06 Торговое дело

Форма обучения

очная

Год набора

2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

канд.экон.наук, Ст. преподаватель, Ананина Римма Фанавиевна

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Целью дисциплины является формирование 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

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Запланированные результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| 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 | роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономических знаний находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность 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 | современные технологии в области осуществления продаж, в том числе с помощью современных информационных технологий и программных средств выбирать и применять современные технологии (в том числе информационные) в сфере продаж практическими навыками применения различных техник и технологий в области продаж |
| ПК-16: способен проводить исследования в информационно-коммуникационной сети "Интернет" | |

| | |
|---|--|
| ПК-16.2: способен проводить исследование и мониторинг пользователей в | способы проведения исследований и мониторинга пользователей в информационно-коммуникационной сети "Интернет" |
| информационно-коммуникационной сети "Интернет" | проводить исследования и мониторинг покупательских предпочтений, в том числе пользователей информационно-коммуникационной сети "Интернет" методами обработки данных для проведения исследований и мониторинга пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |
| ПК-4: способен разрабатывать и обосновывать решения в части деятельности, относящейся к сфере торговли и услуг | |
| ПК-4.2: способен обосновывать решения с точки зрения достижения целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг | приемы и методы обоснования решений с учетом достижения целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг рационально обосновывать предлагаемые решения с учетом целевых показателей методами и приемами обоснования предлагаемых решений с учетом достижения целевых показателей деятельности предприятий сферы торговли и услуг |
| ПК-7: способен использовать современные информационные системы и интернет технологии в целях повышения эффективности продаж и деятельности предприятия | |
| ПК-7.1: способен применять современные информационные системы и интернет технологии для повышения эффективности продаж | способы применения современных информационных систем и интернет технологии для повышения эффективности продаж применять цифровые технологии в современных информационных системах для повышения эффективности продаж основными технологиями применения современных информационных систем для повышения эффективности продаж |

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется с применением ЭО и ДОТ

URL-адрес и название электронного обучающего курса: <https://e.sfu-kras.ru/course/view.php?id=36702>.

2. Объем дисциплины (модуля)

| Вид учебной работы | Всего, зачетных единиц (акад. час) | е |
|--|---|---|
| | | 1 |
| Контактная работа с преподавателем: | 1,22 (44) | |
| занятия лекционного типа | 0,61 (22) | |
| лабораторные работы | 0,61 (22) | |
| Самостоятельная работа обучающихся: | 0,78 (28) | |
| курсовое проектирование (КП) | Нет | |
| курсовая работа (КР) | Нет | |

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

| | | Контактная работа, ак. час. | | | | | | | |
|---|---|--------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| № п/п | Модули, темы (разделы) дисциплины | Занятия лекционного типа | | Занятия семинарского типа | | | | Самостоятельная работа, ак. час. | |
| | | | | Семинары и/или Практические занятия | | Лабораторные работы и/или Практикумы | | | |
| | | Всего | В том числе в ЭИОС | Всего | В том числе в ЭИОС | Всего | В том числе в ЭИОС | Всего | В том числе в ЭИОС |
| 1. Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами | | | | | | | | | |
| | 1. Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами. | 5 | | | | | | | |
| | 2. Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами | | | | | 4 | | | |
| | 3. Тема 1. Теоретические основы построения отношений с клиентами | | | | | | | 5 | |
| 2. Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами | | | | | | | | | |
| | 1. Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами | 5 | | | | | | | |
| | 2. Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами | | | | | 4 | | | |
| | 3. Тема 2. Процесс разработки стратегии управления отношениями с клиентами. | | | | | | | 5 | |
| 3. Тема 3. Процесс многоканального взаимодействия. Омниканальный подход | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|----|--|--|--|----|--|----|--|
| 1. Тема 3. Процесс многоканального взаимодействия. Оmnikanальный подход | 5 | | | | | | | |
| 2. Тема 3. Процесс многоканального взаимодействия. Оmnikanальный подход | | | | | 4 | | | |
| 3. Тема 4. Процесс многоканального взаимодействия. Оmnikanальный подход | | | | | | | 8 | |
| 4. Тема 4. Практическое внедрение CRM в компании | | | | | | | | |
| 1. Тема 4. Практическое внедрение CRM в компании | 7 | | | | | | | |
| 2. Тема 4. Практическое внедрение CRM в компании | | | | | 10 | | | |
| 3. Тема 4. Практическое внедрение CRM в компании | | | | | | | 10 | |
| Всего | 22 | | | | 22 | | 28 | |

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

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).
2. Наумов В.Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж: Учебник(Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М").
3. Земляк С. В., Гусарова О.М. Управление продажами: Учебник(Москва: Вузовский учебник).
4. Вербицкая Н. О., Калугина Т. Г., Стаин Д. А. Национальная система квалификаций России: квалификационно-ориентированные экспертные цифровые технологии: монография(Екатеринбург: УГЛТУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No Level(Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;
- 2.
3. Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;
- 4.
5. Kaspersky Endpoint Security для рабочих станций и файловых серверов Лицсертификат 1808-000451-57691D24 от 23.08.2021

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант».
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.
3. Обучающимся должен быть также обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, профессиональным справочным и поисковым системам:
4. Российский ресурсный центр учебных кейсов [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : <http://www.gsom.spbu.ru/umc>.
5. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : <http://encycl.yandex.ru>.

6. Административно-управленческий портал [Электронный ресурс]. – сайт. – Режим доступа : <http://www.aup.ru>.
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : http://elibrary.ru/project_authors.asp?.
8. Справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : www.consultant.ru.
9. Справочная правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа : www.garant.ru.

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 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).