

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе:

ФИО: Хоружий Людмила Ивановна

Должность: Директор Института экономики и управления АПК

Дата подписания: 2023-07-30 19:31:30

Уникальный программный ключ:

1e90b132d9b04dce67585160b015dddf2cb1e6a9



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –

МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»

(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева)

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Прикладной информатики

УТВЕРЖДАЮ:
Директор Института
экономики и управления АПК
Л.И. Хоружий
“30” августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.02 Информационные системы управления взаимоотношением
с клиентами

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

ФГОС ВО

Направление: 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность: Системы искусственного интеллекта

Курс 4

Семестр 8

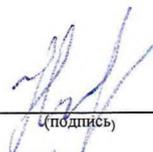
Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2022

Москва, 2022

Разработчик (и): Греченева А.В. к.т.н.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

«29» августа 2022 г.

Рецензент: Ашмарина Т.И., к.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



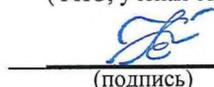
(подпись)

«29» августа 2022 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессионального стандарта и учебного плана по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика.

И.о. зав. кафедрой прикладной информатики Е.В. Худякова д.э.н., профессор

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



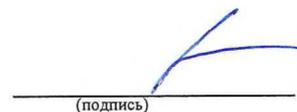
(подпись)

«29» августа 2022 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической
комиссии Института экономики и управления АПК
Гупалова Т.Н., к.э.н., доцент

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

«29» августа 2022 г.

И.о. заведующей выпускающей кафедрой

Е.В. Худякова, д.э.н., профессор

(ФИО, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

«29» августа 2022 г.

/Заведующий отделом комплектования ЦНБ



(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ Б1.В.25 ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЕМ С КЛИЕНТАМИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ	5
ПО СЕМЕСТРАМ	5
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4.3 ЛЕКЦИИ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/ ЗАНЯТИЯ.....	10
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	16
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	17
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	17
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ	22
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	22
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	23
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	23
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	24
9. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)	24
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	24
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .	25
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	26

АННОТАЦИЯ
рабочей программы учебной дисциплины
Б1.В.ДВ.02.02 Информационные системы управления взаимоотношением
с клиентами

для подготовки бакалавров по направлению 09.03.03 Прикладная информатика
направленности Системы искусственного интеллекта

Цель освоения дисциплины: ознакомление с основными функциями управления предприятием, а именно: планированием, организацией, активизацией, координацией, контролем и анализом, которые осуществляются в многомерном пространстве различных областей деятельности на базе применения автоматизированных ИС (АИС), использующих компьютерные информационные технологии

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в формируемую участниками образовательных отношений часть учебного плана по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3.

Краткое содержание дисциплины:

Информация, данные и знания. Интеграция данных элементов в структуру информационных систем управления производственной компанией. Роль информации в управлении современной производственной компанией. Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами класса ERP. Перспективы развития информационных систем управления производственной компанией.

Общая трудоемкость дисциплины/в т.ч. практическая подготовка:
180/4 (часы/зач. ед.)

Промежуточный контроль: экзамен.

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» является формирование у обучающихся компетенций, обеспечивающих ознакомление с основными функциями управления предприятием, а именно: планированием, организацией, активизацией, координацией, контролем и анализом, которые осуществляются в многомерном пространстве различных областей деятельности на базе применения автоматизированных ИС (АИС), использующих компьютерные информационные технологии

2. Место дисциплины в учебном процессе

Дисциплина «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» относится к формируемой участниками образовательных частей Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессионального стандарта, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 09.03.03 Прикладная информатика.

(шифр, название)

Предшествующими курсами, на которых непосредственно базируется дисциплина «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» являются Математика, Иностранный язык, дискретная математика, теория

вероятностей, математическая статистика, Алгоритмизация и программирование, Базы данных, Технологии обработки больших данных.

Дисциплина «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: Анализ пространственно-временных данных на основе машинного обучения, Системы поддержки принятия решений, Разработка распределенных систем, Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами, ВКР.

Особенностью дисциплины является получение знаний и навыков использования искусственного интеллекта в задачах оптимизации профессиональной деятельности.

Рабочая программа дисциплины «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине Б1.В.25 Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Образовательные результаты освоения дисциплины обучающимся, представлены в таблице 1.

4. Структура и содержание дисциплины

Курс проходит в 8 семестре и рассчитан на 24 часа лекций, 36 часов практических занятий, 93 часа самостоятельной работы и 0,4 КРА.

Текущая аттестация студентов - оценка знаний и умений проводится на практических занятиях с помощью защиты практических работ и оценки самостоятельной работы студентов.

Промежуточный контроль проводится в форме экзамена в 8 семестре.

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зач.ед. (180 часов), их распределение по видам работ семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
1	ПКос-7	Способность настраивать, эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы	ПКос-7.1 Знает способы настройки, эксплуатации и сопровождения информационных систем	способы настройки, эксплуатации и сопровождения информационных систем, структуру и функционирование основных важных бизнес-систем корпоративной информационной системы (КИС) предприятия: управления ресурсами (ERP - система), управления распределенной логистикой (SCM система), системой документооборота (DocFlow) организации; принципы формирования и применения рабочего пространства (Workflow) основные приемы извлечения и анализа данных (Data Mining, OLAP) представления данных для анализа руководством (MIS) и др		
			ПКос-7.2 Умеет проверять работоспособность информационных		Осуществлять проверку работоспособности информационных систем, включая информацион-	

			систем		ные системы класса ERP, применять основные методы и приемы проектирования процессов управления производственной компанией с помощью средств АИС; способен ориентироваться в последних направлениях в ИТ-технологиях	
			ПКос-7.3 Владеет навыками разработки процедур проверки информационных систем для их настройки, эксплуатации и сопровождения			навыками разработки процедур проверки информационных систем для их настройки, эксплуатации и сопровождения, методами анализа состояния информационных систем; навыками рациональной организации работы службы ИС для последующего принятия обоснованных и эффективных управленческих решений.

Таблица 2

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость (8 семестр) час. всего/*
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	180/4
1. Контактная работа:	62,4/4
Аудиторная работа	62,4/4
<i>в том числе:</i>	
<i>лекции (Л)</i>	24
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	36/4
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4
2. Самостоятельная работа (СРС)	117,6
<i>самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>	93
<i>Подготовка к зачёту/ зачёту с оценкой (контроль)</i>	24,6
Вид промежуточного контроля:	зачет

4.2 Содержание дисциплины

Тематический план по очной форме обучения представлен в таблице 3.

Таблица 3

Тематический план учебной дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ всего/*	ПКР	
Раздел 1. Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами	107,75	24	36/4		93
Тема 1. Аспекты клиенто - ориентированного подхода.	4	2	2		
Тема 2 Основные компоненты систем CRM	4	2	2		
Тема 3. Классификация CRM-систем.	4	2	2		
Тема4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	6	2	4/1		
Тема 5 BI-системы	4	2	2		
Тема 6 .1С:CRM	6/1	2	4/1		
Тема 7. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.	6/1	2	4/1		
Тема 8. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.	4	2	2		
Тема 9. Настройки конфигурации CRM-	4	2	2		

Наименование разделов и тем дисциплин (укрупнённо)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ всего/*	ПКР	
системы на платформе 1С					
Тема 10 Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С	4	2	2		
Тема 11. Документы сервисного и гарантийного учета.	4	2	2		
Тема 12. Телемаркетинг.	4	2	2		
Тема 13. Интеграция конфигурации 1С:ERP с другими ИС, применяемыми на производственных предприятиях.	4/1		4/1		
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,4			0,4	
<i>Подготовка к экзамену</i>	24,6			24,6	
Итого по дисциплине	180/4	24	36/4	25	93

Раздел 1. Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами

Тема 1. Аспекты клиенто - ориентированного подхода.

Определение термина CRM: сущность и принципы концепции CRM. Предпосылки возникновения данного подхода. Типы CRM. Проблематика построения отношений с клиентом. Основные цели и задачи компании. Многообразие трактовок, соотношение стратегических и операционных компонент. Развитие идей ориентации на клиента: от CRM к CMR и Customer Respect Management. Применение CRM в различных сферах экономики (на примере телекома, банков, розницы). Эволюция концепции CRM. Ключевые процессы в рамках CRM.

Тема 2 Основные компоненты систем CRM

Основные компоненты систем CRM. Пять главных кросс-функциональных процессов CRM

Тема 3. Классификация CRM-систем.

Классификация CRM-систем по логике построения, назначению и функциональности. Аутсорсинг CRM-систем. Использование облачных технологий. Технология работы CRM-системы, основные инструменты. Особенности архитектуры построения CRM-систем. Варианты реализации, принципы работы, синхронизация, разделение доступа.

Тема 4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

Методология и трудности внедрения CRM-систем. Критерии выбора CRM-систем. Обзор зарубежного и отечественного рынка CRM-систем. Сравнение разных систем и обзор их возможностей. Порядок внедрения CRM-систем. План действий при внедрении CRM-системы со стороны компании-заказчика и внедряющей компании. Возможные проблемы внедрения. Главные факторы риска и пути их преодоления. Перестройка организации при внедрении информационных систем. Оценка параметров проекта внедрения CRM. Оценка трудоемкости и стоимости внедрения. Модель полной стоимости владения информационной системой. Сопоставление вариантов создания информационной системы. Аутсорсинг при внедрении. Особенности работы с облачными технологиями и SaaS-решениями. Примеры CRM-систем. Обзор основных возможностей систем. Архитектура построения. Примеры использования

Тема 5 BI-системы

BI-системы – назначение, устройство, принципы работы. BI-системы как системы поддержки принятия решений. Основные принципы работы и инструментарий BI-систем. Обзор наиболее известных BI-систем: SAP BI/BO, SAP Business Planning and Consolidation, Oracle Business Intelligence, IBM Cognos BI, QlikView, Microsoft Power BI, Tableau

Тема 6 .1С:CRM

Управление клиентской базой. Управление рабочим временем (тайм-менеджмент). Аналитическая отчетность. Дополнительные возможности 1С:CRM.

Тема 7. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.

Проектирование основных компонентов CRM-систем: управление контактами, управление продажами, продажи по телефону (телемаркетинг), управление временем (тайм-менеджмент), поддержка и обслуживание клиентов, управление маркетингом, отчетность для высшего руководства, управление электронной торговлей, управление мобильными продажами, интеграция с другими системами, синхронизация данных

Тема 8. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.

Установка конфигурации «1С: Предприятие CRM». Создание новой информационной базы. Защита решения. Настройка сервера лицензирования. Мастер настройки 1С: CRM. Настройка параметров учета и настроек пользователя. Настройка разделов 1С: CRM. Главное, Клиенты, Органайзер, Маркетинг, Процессы, проекты, Отчеты.

Тема 9. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С

Общие настройки, клиенты и продажи, маркетинг, бизнес-процессы, оповещения, настройка отправки SMS, интеграция с телефонией, сторонние сервисы. Администрирование. Обмен с бухгалтерией. Нормативно-справочная информация. Настройка модуля клиенты и маркетинг.

Тема 10 Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С

Основы конфигурирования на платформе 1С. Основные объекты. Создание подсистем и справочников. Анкетирование. Сбор информации о клиентах, товарах, конкурентах, регионах, анализ анкет. Работа с формой. Регистры. Проведение документов.

Тема 11. Документы сервисного и гарантийного учета.

Управление обращениями клиентов

Сервисное и гарантийное обслуживание. Учет товаров, находящихся на обслуживании: по серийным номерам, срокам и типам обслуживания, управление сервисными обращениями клиентов, управление сервисными заказами.

Тема 12. Телемаркетинг.

Телемаркетинг. Обеспечение массового обзвона клиентов по заданному сценарию разговора, регистрация контактов и анкет.

4.3 Лекции/лабораторные/практические/ занятия

Таблица 4

Содержание лекций /практических занятий и контрольные мероприятия

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практическая подготовка
	Раздел 1 Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами		ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		
	Тема 1. Аспекты клиента - ориентированного подхода.	Лекция №1 Аспекты клиенто - ориентированного подхода.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	-	2
		Практическая работа №1. Создание организации в CRM «Простой бизнес». Закупки. Заказы.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	2
	Тема 2 Основные компоненты систем CRM	Лекция №2 Основные компоненты систем CRM	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №2 Создание организации в CRM «Простой бизнес». Закупки. Заказы.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	2
	Тема 3. Классификация CRM-систем.	Лекция №3 Классификация CRM-систем.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №3 Создание организации в CRM «Простой бизнес». Закупки. Заказы.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	2
	Тема4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	Лекция №4 Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №4 CRM «Простой бизнес». Личная анкета. Задачи. Движения средств	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	4/1

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практическая подготовка
	Тема 5 VI-системы	Лекция №5 VI-системы	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №5 CRM «Простой бизнес». Личная анкета. Задачи. Движения средств	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	4
	Тема 6 1С:CRM	Лекция №6 1С:CRM	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №6 CRM «Простой бизнес». Личная анкета. Задачи. Движения средств	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	4/1
	Тема 7. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.	Лекция №7 Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №7 Advanta. Система управления проектами	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	4/1
	Тема 8. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.	Лекция №8 Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №8 Advanta. Система управления проектами	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	2
	Тема 9. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С	Лекция №9 Архитектурные решения 1С:Предприятие для реализации типовых конфигураций 1С:Комплексная автоматизация.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №9 CRM-система «Мегаплан»	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита прак-	4

№ п/п	Название раздела, темы	№ и название лекций/ лабораторных/ практических/ семинарских занятий	Формируемые компетенции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во Часов/ из них практическая подготовка
				тической работы	
	Тема 10 Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С	Лекция №10 Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №10. CRM-система «Мегаплан»	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	4
	Тема 11. Документы сервисного и гарантийного учета.	Лекция №11 Документы сервисного и гарантийного учета.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №11. Управление календарным графиком. Назначение дел, задач.	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	2
	Тема 12. Телемаркетинг.	Лекция №12 Телемаркетинг	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3		2
		Практическая работа №12. Сравнительный анализ CRM - систем	ПКос-7.1, ПКос-7.2, ПКос-7.3	устный опрос, защита практической работы	2

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины представлен в Таблице 5.

Таблица 5

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
Раздел 1 Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами		
	Тема 1. Аспекты клиенто - ориентированного подхода.	1. Что такое клиенто-ориентированный подход и как он отличается от других методов работы с клиентами? 2. Какие преимущества имеет компания, которая использует клиенто-ориентированный подход в своей деятельности? 3. Какие основные принципы лежат в основе клиенто-ориентированного подхода и как они помогают улучшить взаимодействие с клиентами? 4. Какие инструменты и методы могут быть использованы для реализации клиенто-ориентированного подхода в бизнесе? 5. Какие вызовы и препятствия могут возникнуть при внедрении клиенто-ориентированного подхода в компанию и как их преодолеть?
	Тема 2 Основные компоненты систем CRM	1. Что такое система CRM и как она помогает компаниям улучшить взаимодействие с клиентами? 2. Какие компоненты входят в систему CRM и как они взаимо-

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
		<p>действуют между собой?</p> <p>3. Какую роль играет управление контактами с клиентами (Contact Management) в системе CRM и какие функции оно выполняет?</p> <p>4. Что такое управление продажами (Sales Management) в системе CRM и как оно помогает компаниям увеличивать объем продаж?</p> <p>5. Какую роль играет управление маркетингом (Marketing Management) в системе CRM и как оно помогает компаниям привлекать новых клиентов?</p>
	Тема 3. Классификация CRM-систем.	<p>1. Какие типы CRM-систем существуют и как они различаются?</p> <p>2. Какие критерии используются для классификации CRM-систем?</p> <p>3. Какие особенности имеют операционные CRM-системы и как они помогают управлять взаимодействием с клиентами?</p> <p>4. Что такое аналитические CRM-системы и как они помогают анализировать данные о клиентах?</p>
	Тема 4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	<p>1. Какие типы CRM-систем существуют и как они различаются?</p> <p>2. Какие критерии используются для классификации CRM-систем?</p> <p>3. Какие особенности имеют операционные CRM-системы и как они помогают управлять взаимодействием с клиентами?</p> <p>4. Что такое аналитические CRM-системы и как они помогают анализировать данные о клиентах?</p> <p>5. Какие функции выполняют коллаборативные CRM-системы и как они помогают сотрудникам компании работать вместе для улучшения взаимодействия с клиентами?</p>
	Тема 5 BI-системы	<p>1. Какие типы BI-систем существуют и как они различаются?</p> <p>2. Какие критерии используются для классификации BI-систем?</p> <p>3. Какие особенности имеют операционные BI-системы и как они помогают управлять бизнес-процессами компании?</p> <p>4. Что такое аналитические BI-системы и как они помогают анализировать данные о бизнесе?</p> <p>5. Какие функции выполняют коллаборативные BI-системы и как они помогают сотрудникам компании работать вместе для улучшения бизнес-процессов?</p>
	Тема 6 .1С:CRM	<p>1. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?</p> <p>2. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?</p> <p>3. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для компании и ее клиентов?</p> <p>4. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?</p> <p>5. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?</p>
	Тема 7. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.	<p>1. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?</p> <p>2. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?</p> <p>3. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для ком-</p>

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
		<p>пании и ее клиентов?</p> <p>4. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?</p> <p>5. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?</p>
	Тема 8. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.	<p>1. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?</p> <p>2. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?</p> <p>3. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для компании и ее клиентов?</p> <p>4. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?</p> <p>5. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?</p>
	Тема 9. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С	<p>1. Какие основные шаги необходимо выполнить для конфигурирования CRM-системы на платформе 1С?</p> <p>2. Какие инструменты и возможности предоставляет платформа 1С для конфигурирования CRM-системы?</p> <p>3. Какие типы данных можно хранить в CRM-системе на платформе 1С и как они могут быть использованы для анализа и улучшения бизнес-процессов?</p> <p>4. Какие методы автоматизации бизнес-процессов предоставляет CRM-система на платформе 1С и как они могут быть настроены для конкретных потребностей компании?</p> <p>5. Какие меры безопасности следует принимать при конфигурировании и использовании CRM-системы на платформе 1С?</p>
	Тема 10 Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С	<p>1. Какие методы интеграции CRM-системы на платформе 1С с другими системами используются для улучшения бизнес-процессов компании?</p> <p>2. Какие инструменты и возможности предоставляет платформа 1С для создания отчетов и аналитики в CRM-системе?</p> <p>3. Какие методы настройки прав доступа и ролей пользователей в CRM-системе на платформе 1С используются для обеспечения безопасности данных?</p> <p>4. Какие методы обучения и поддержки пользователей CRM-системы на платформе 1С используются для повышения эффективности ее использования?</p> <p>5. Какие методы мониторинга и анализа производительности CRM-системы на платформе 1С используются для ее оптимизации и улучшения работы бизнес-процессов компании?</p>
	Тема 11. Документы сервисного и гарантийного учета.	<p>1. Что такое документы сервисного учета и как они используются в компании?</p> <p>2. Какие данные содержатся в документах гарантийного учета и как они помогают компании в работе с клиентами?</p> <p>3. Какие основные типы документов сервисного и гарантийного учета существуют и как они связаны между собой?</p> <p>4. Какие процессы компании автоматизируются при использовании документов сервисного и гарантийного учета?</p> <p>5. Какие преимущества получает компания при использовании электронных документов сервисного и гарантийного учета?</p>

№ п/п	Название раздела, темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	Тема 12. Телемаркетинг.	1. Что такое телемаркетинг и как он используется в современном бизнесе? 2. Какие основные методы и технологии используются в телемаркетинге? 3. Какие преимущества и недостатки имеет телемаркетинг по сравнению с другими видами маркетинга? 4. Какие особенности работы операторов телемаркетинга и какие навыки им необходимы для успешной работы? 5. Какие типы продуктов и услуг наиболее эффективно продавать через телемаркетинг?

5. Образовательные технологии

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	
1.	Тема 1. Аспекты клиенто - ориентированного подхода.	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
2.	Тема 2 Основные компоненты систем CRM	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
3.	Тема 3. Классификация CRM-систем.	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
4.	Тема4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
5.	Тема 5 ВІ-системы	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
6.	Тема 6 .1С:CRM	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
7.	Тема 7. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
8.	Тема 8. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
9	Тема 9. Настройки configura-	Л	Информационные и коммуникационные техно-

№ п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	
	ции CRM-системы на платформе 1С		логии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
10	Тема 10 Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
11	Тема 11. Документы сервисного и гарантийного учета.	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.
12	Тема 12. Телемаркетинг.	Л	Информационные и коммуникационные технологии
		ПЗ	Работа студентов с учебно-методическим порталом, электронными ресурсами.

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

1) Вопросы для устного опроса:

Тема 1. Аспекты клиенто - ориентированного подхода.

1. Что такое клиенто-ориентированный подход и как он отличается от других методов работы с клиентами?
2. Какие преимущества имеет компания, которая использует клиенто-ориентированный подход в своей деятельности?
3. Какие основные принципы лежат в основе клиенто-ориентированного подхода и как они помогают улучшить взаимодействие с клиентами?
4. Какие инструменты и методы могут быть использованы для реализации клиенто-ориентированного подхода в бизнесе?
5. Какие вызовы и препятствия могут возникнуть при внедрении клиенто-ориентированного подхода в компанию и как их преодолеть?

Тема 2 Основные компоненты систем CRM

1. Что такое система CRM и как она помогает компаниям улучшить взаимодействие с клиентами?
2. Какие компоненты входят в систему CRM и как они взаимодействуют между собой?
3. Какую роль играет управление контактами с клиентами (Contact Management) в системе CRM и какие функции оно выполняет?
4. Что такое управление продажами (Sales Management) в системе CRM и как оно помогает компаниям увеличивать объем продаж?
5. Какую роль играет управление маркетингом (Marketing Management) в системе CRM и как оно помогает компаниям привлекать новых клиентов?

Тема 3. Классификация CRM-систем.

1. Какие типы CRM-систем существуют и как они различаются?
2. Какие критерии используются для классификации CRM-систем?
3. Какие особенности имеют операционные CRM-системы и как они помогают управлять взаимодействием с клиентами?
4. Что такое аналитические CRM-системы и как они помогают анализировать данные о клиентах?

Тема 4. Информационные технологии управления взаимоотношениями с клиентами

1. Какие типы CRM-систем существуют и как они различаются?
2. Какие критерии используются для классификации CRM-систем?
3. Какие особенности имеют операционные CRM-системы и как они помогают управлять взаимодействием с клиентами?
4. Что такое аналитические CRM-системы и как они помогают анализировать данные о клиентах?
5. Какие функции выполняют коллаборативные CRM-системы и как они помогают сотрудникам компании работать вместе для улучшения взаимодействия с клиентами?

Тема 5 BI-системы

1. Какие типы BI-систем существуют и как они различаются?
2. Какие критерии используются для классификации BI-систем?
3. Какие особенности имеют операционные BI-системы и как они помогают управлять бизнес-процессами компании?
4. Что такое аналитические BI-системы и как они помогают анализировать данные о бизнесе?
5. Какие функции выполняют коллаборативные BI-системы и как они помогают сотрудникам компании работать вместе для улучшения бизнес-процессов?

Тема 6 1С:CRM

1. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?
2. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?
3. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для компании и ее клиентов?
4. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?
5. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?

Тема 7. Состав и структура систем управления взаимоотношениями с клиентами.

1. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?
2. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?
3. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для компании и ее клиентов?
4. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?
5. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?

Тема 8. Основы конфигурирования CRM-системы на платформе 1С.

1. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?
2. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?
3. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для компании и ее клиентов?
4. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?
5. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?

Тема 9. Настройки конфигурации CRM-системы на платформе 1С

1. Какие основные шаги необходимо выполнить для конфигурирования CRM-системы на платформе 1С?

2. Какие инструменты и возможности предоставляет платформа 1С для конфигурирования CRM-системы?
3. Какие типы данных можно хранить в CRM-системе на платформе 1С и как они могут быть использованы для анализа и улучшения бизнес-процессов?
4. Какие методы автоматизации бизнес-процессов предоставляет CRM-система на платформе 1С и как они могут быть настроены для конкретных потребностей компании?
5. Какие меры безопасности следует принимать при конфигурировании и использовании CRM-системы на платформе 1С?

Тема 10 Создание конфигурации CRM-системы на платформе 1С

1. Какие методы интеграции CRM-системы на платформе 1С с другими системами используются для улучшения бизнес-процессов компании?
2. Какие инструменты и возможности предоставляет платформа 1С для создания отчетов и аналитики в CRM-системе?
3. Какие методы настройки прав доступа и ролей пользователей в CRM-системе на платформе 1С используются для обеспечения безопасности данных?
4. Какие методы обучения и поддержки пользователей CRM-системы на платформе 1С используются для повышения эффективности ее использования?
5. Какие методы мониторинга и анализа производительности CRM-системы на платформе 1С используются для ее оптимизации и улучшения работы бизнес-процессов компании?

Тема 11. Документы сервисного и гарантийного учета.

1. Что такое документы сервисного учета и как они используются в компании?
2. Какие данные содержатся в документах гарантийного учета и как они помогают компании в работе с клиентами?
3. Какие основные типы документов сервисного и гарантийного учета существуют и как они связаны между собой?
4. Какие процессы компании автоматизируются при использовании документов сервисного и гарантийного учета?
5. Какие преимущества получает компания при использовании электронных документов сервисного и гарантийного учета?

Тема 12. Телемаркетинг.

1. Что такое телемаркетинг и как он используется в современном бизнесе?
2. Какие основные методы и технологии используются в телемаркетинге?
3. Какие преимущества и недостатки имеет телемаркетинг по сравнению с другими видами маркетинга?
4. Какие особенности работы операторов телемаркетинга и какие навыки им необходимы для успешной работы?
5. Какие типы продуктов и услуг наиболее эффективно продавать через телемаркетинг?

2) Примеры заданий для практических работ

Подробный перечень заданий для практических занятий представлен в оценочных материалах дисциплины.

2) Перечень вопросов, выносимых на экзамен:

1. Какую роль играют данные и аналитика в клиенто-ориентированном подходе и как их можно использовать для улучшения работы с клиентами?
2. Какова роль лидерства и культуры компании в успешной реализации клиенто-ориентированного подхода и как их можно развивать?

3. Какие результаты можно достичь благодаря клиенто-ориентированному подходу и как оценить эффективность его внедрения в компанию?
4. Какие современные тенденции в области клиенто-ориентированного подхода существуют и как они могут повлиять на бизнес?
5. Какие лучшие практики и опыт работы с клиентами можно изучить у других компаний, успешно применяющих клиенто-ориентированный подход?
6. Как работает система аналитики и отчетности (Analytics and Reporting) в системе CRM и как она помогает компаниям принимать обоснованные решения на основе данных?
7. Какую роль играет автоматизация процессов (Workflow Automation) в системе CRM и как она помогает компаниям оптимизировать свою деятельность?
8. Какую роль играет интеграция с другими системами (Integration) в системе CRM и как она помогает компаниям улучшать свои бизнес-процессы?
9. Какие вызовы и препятствия могут возникнуть при внедрении системы CRM в компанию и как их преодолеть?
10. Какие лучшие практики и опыт работы с системами CRM можно изучить у других компаний, успешно применяющих эту технологию?
11. Какие функции выполняют коллаборативные CRM-системы и как они помогают сотрудникам компании работать вместе для улучшения взаимодействия с клиентами?
12. Какие преимущества имеют интегрированные CRM-системы и как они помогают оптимизировать бизнес-процессы компании?
13. Какие вызовы могут возникнуть при выборе и внедрении CRM-системы, соответствующей потребностям компании?
14. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретного типа CRM-системы для компании?
15. Какие преимущества имеют интегрированные CRM-системы и как они помогают оптимизировать бизнес-процессы компании?
16. Какие вызовы могут возникнуть при выборе и внедрении CRM-системы, соответствующей потребностям компании?
17. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретного типа CRM-системы для компании?
18. Какие преимущества имеют интегрированные BI-системы и как они помогают оптимизировать бизнес-процессы компании?
19. Какие вызовы могут возникнуть при выборе и внедрении BI-системы, соответствующей потребностям компании?
20. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной BI-системы для компании?
21. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?
22. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?
23. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для компании и ее клиентов?

24. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?
25. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?
26. Что такое 1С:CRM и как она помогает управлять взаимоотношениями с клиентами?
27. Какие функции включает в себя 1С:CRM и как они помогают улучшать бизнес-процессы компании?
28. Какие преимущества имеет использование 1С:CRM для компании и ее клиентов?
29. Какие вызовы могут возникнуть при внедрении 1С:CRM и как их можно преодолеть?
30. Какие факторы следует учитывать при выборе конкретной версии 1С:CRM для компании?
31. Какие основные шаги необходимо выполнить для конфигурирования CRM-системы на платформе 1С?
32. Какие инструменты и возможности предоставляет платформа 1С для конфигурирования CRM-системы?
33. Какие типы данных можно хранить в CRM-системе на платформе 1С и как они могут быть использованы для анализа и улучшения бизнес-процессов?
34. Какие методы автоматизации бизнес-процессов предоставляет CRM-система на платформе 1С и как они могут быть настроены для конкретных потребностей компании?
35. Какие меры безопасности следует принимать при конфигурировании и использовании CRM-системы на платформе 1С?
36. Какие методы анализа данных из документов сервисного и гарантийного учета используются для улучшения качества обслуживания клиентов?
37. Какие возможности предоставляет платформа 1С для создания и хранения документов сервисного и гарантийного учета?
38. Какие методы настройки прав доступа и ролей пользователей используются для обеспечения безопасности данных в документах сервисного и гарантийного учета?
39. Какие методы обучения и поддержки пользователей используются для повышения эффективности использования документов сервисного и гарантийного учета?
40. Какие методы мониторинга и анализа производительности использования документов сервисного и гарантийного учета используются для их оптимизации и улучшения работы бизнес-процессов компании?
41. Какие методы анализа эффективности телемаркетинга используются в компаниях?
42. Какие требования к базе данных клиентов нужно учитывать при проведении телемаркетинга?
43. Какие методы обучения и мотивации операторов телемаркетинга используются в компаниях?

44. Какие риски связаны с проведением телемаркетинга и как их можно минимизировать?

45. Какие тенденции развития телемаркетинга можно наблюдать в настоящее время?

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 7

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой
85-100	Отлично
70-84	Хорошо
60-69	Удовлетворительно
0-59	Неудовлетворительно

При использовании традиционной системы контроля и оценки успеваемости студентов должны быть представлены критерии выставления оценок по четырехбалльной системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценивания результатов обучения

Таблица 8

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – высокий.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – хороший (средний).
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – достаточный.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1 Основная литература

1. Кудряшов, А. А. Цифровые технологии трансформации бизнеса : учебное пособие / А. А. Кудряшов. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 121 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/301139> (дата обращения: 12.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Лагунова, А. Д. Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами: Практикум : учебное пособие / А. Д. Лагунова. — Москва : РТУ МИРЭА, 2020. — 88 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/163876> (дата обращения: 12.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Информационные технологии в бизнес-планировании : учебное пособие / составители И. Ю. Глазкова, Д. Г. Ловянников. — Ставрополь : СКФУ, 2017. — 92 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/155527> (дата обращения: 15.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2 Дополнительная литература

1. Железнов, М. М. Методы и технологии обработки больших данных : учебно-методическое пособие / М. М. Железнов. — Москва : МИСИ – МГСУ, 2020. — 46 с. — ISBN 978-5-7264-2193-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/145102> (дата обращения: 17.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Методы и модели исследования сложных систем и обработки больших данных : монография / И. Ю. Парамонов, В. А. Смагин, Н. Е. Косых, А. Д. Хомоненко ; под редакцией В. А. Смагина и А. Д. Хомоненко. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 236 с. — ISBN 978-5-8114-4006-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/126938> (дата обращения: 17.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Методы искусственного интеллекта в обработке данных и изображений : монография / А. Ю. Дёмин, А. К. Стоянов, В. Б. Немировский, В. А. Дорофеев. — Томск : ТПУ, 2016. — 130 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/106257> (дата обращения: 17.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

1. <https://megaplan.ru/> CRM-система - «Мегаплан»
2. <https://www.prostoy.ru/> CRM-система - «Простой бизнес»
3. <https://www.advanta-group.ru/> CRM-система - «ADVANTA»

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <https://megaplan.ru/> CRM-система - «Мегаплан»
2. <https://www.prostoy.ru/> CRM-система - «Простой бизнес»
3. <https://www.advanta-group.ru/> CRM-система - «ADVANTA»

Таблица 9

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы	Автор	Год разработки
1	Раздел 1,2 Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами	CRM-система - «Мегаплан»	Бизнес-планирование	Мегаплан	2020
2		CRM-система - «Простой бизнес»	Бизнес-планирование	Простой бизнес	2020
3		CRM-система - «ADVANTA»	Бизнес-планирование	ADVANTA	2020

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

Таблица 10

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами, лабораториями

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**
1	2
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций (1 корпус, 110 аудитория)	проектор, экран настенный, компьютер
Компьютерный класс (1 корпус, 201 аудитория)	Персональные компьютеры 20 шт. с доступом к интернету, Парты 20 шт. Стулья 20 шт. Доска маркерная 1 шт.
ЦНБ им. Н.И. Железнова	Читальный зал (25 компьютеров)
Общежитие	Комната для самоподготовки

11. Методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины

Основными видами обучения студентов по дисциплине являются лекции, практические занятия в компьютерном классе и самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» направлена на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и практических занятиях, на развитие практических умений и включает такие виды работ, как:

- работа с лекционным материалом;
- работа с рекомендованной литературой при подготовке к практическим занятиям;
- подготовка к зачету.

При изучении дисциплины «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» используется рейтинговая система оценивания знаний студентов, которая позволяет реализовать непрерывную и комплексную систему оценивания учебных достижений студентов. Непрерывность означает, что текущие оценки не усредняются (как в традиционной технологии), а непрерывно складываются на протяжении семестра при изучении дисциплины. Комплексность означает учет всех форм учебной и самостоятельной работы студента в течение семестра.

Принципы рейтинга: непрерывный контроль (на каждом из аудиторных занятий) и получение более высокой оценки за работу, выполненную в срок. При проведении практических занятий предусмотрено широкое использование активных и интерактивных форм (разбор конкретных ситуаций, устный опрос, защита практических работ).

Бально–рейтинговая система повышает мотивацию студентов.

Промежуточным контролем по дисциплине является зачет.

В результате изучения дисциплины формируются знания и умения в области инструментальных средств, студенты получают опыт в проектирование информационных систем. Каждому студенту во время практических занятий предоставляется полная возможность быть индивидуальным пользователем компьютера, самостоятельно отрабатывать учебные вопросы и выполнять индивидуальные учебные задания преподавателя.

Основная рекомендация сводится к обеспечению равномерной активной работы студентов над дисциплиной в течение всего семестра: студенты должны прорабатывать курс прослушанных лекций, готовиться к выполнению и защите практических работ, а также выполнять задания, вынесенные на самостоятельную работу. Рекомендуется перед каждой лекцией просматривать содержание предстоящей лекции по учебнику и конспекту с тем, чтобы лучше воспринять материал лекции. Важно помнить, что ни одна дисциплина не может быть изучена в необходимом объеме только по конспектам. Для хорошего усвоения курса нужна систематическая работа с учебной и научной литературой, а конспект может лишь облегчить понимание и усвоение материала.

В подготовке к занятиям по дисциплине студенты должны активно использовать дополнительную литературу, поскольку именно с ее помощью можно

получить наиболее полное и верное представление о происходящих в стране и в мире процессах.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия обязан его отработать:

- лекцию отрабатывают путем устного ответа по пропущенной теме;
- практическое занятие путем выполнения практической работы, которая выполнялась на данном практическом занятии.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

В процессе обучения по дисциплине «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» используются лекционно-практические занятия, разбор конкретных ситуаций, организуется работа с методическими и справочными материалами, целесообразно применение современных технических средств обучения и информационных технологий. Освоение учебной дисциплины предполагает осмысление её разделов и тем на практических занятиях, в процессе которых студент должен закрепить и углубить теоретические знания.

Дисциплина «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» имеет прикладной характер, её теоретические положения и практические навыки могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Промежуточный контроль – экзамен.

Рекомендуется определять сроки проведения контрольных мероприятий, максимальная оценка за каждое из них и правила перевода общего количества баллов, полученных при изучении дисциплины, в итоговый результат (экзамен).

Выполнение практических заданий является обязательным для всех обучающихся. Студенты, не выполнившие в полном объеме работы, предусмотренные учебным планом, не допускаются к сдаче экзамена.

Программу разработал:

Греченева А.В., к.т.н.



(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами»

ОПОП ВО по направлению 09.03.03 Прикладная информатика, направленность Системы искусственного интеллекта
(квалификация выпускника – бакалавр)

Ашмарина Татьяна Игоревна, к.э.н., ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, доцент (далее по тексту рецензент), проведена рецензия рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами» ОПОП ВО по направлению 09.03.03 - Прикладная информатика, направленность «Системы искусственного интеллекта» (бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре прикладной информатики, разработчик – Греченева Анастасия Владимировна, к.т.н..

Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «**Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами**» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 09.03.03 - Прикладная информатика. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе **актуальность** учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к формируемой участниками образовательных отношений части учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе **цели** дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 09.03.03 - Прикладная информатика .

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «**Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами**» закреплена 1 **компетенция**. Дисциплина «**Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами**» и представленная Программа способна реализовать их в объявленных требованиях. Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

5. Общая трудоёмкость дисциплины «**Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами**» составляет 5 зачётных единиц (180 часов/из них практическая подготовка 4).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «**Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами**» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению 09.03.03 - Прикладная информатика и возможность дублирования в содержании отсутствует.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

8. Программа дисциплины «**Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами**» предполагает 13 занятий в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 09.03.03 - Прикладная информатика .

10. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов и выступлений, а также контроль выполнения и проверка отчетности по практическим работам), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины вариативной части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления **09.03.03 - Прикладная информатика** .

11. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 2 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 3 наименования, Интернет-ресурсы – 3 источника и соответствует требованиям ФГОС ВО направления **09.03.03 - Прикладная информатика** .

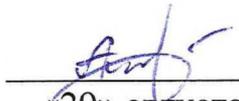
12. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины **«Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами»** и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

13. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине **«Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами»**.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины **Б1.В.ДВ.02.02 «Информационные системы управления взаимоотношением с клиентами»** ОПОП ВО по направлению **09.03.03 - Прикладная информатика**, направленность **«Системы искусственного интеллекта»** (квалификация выпускника – бакалавр), разработанная Греченовой А.В., к.т.н. соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент: Ашмарина Т.И., к.э.н., доцент


«29» августа 2022 г.